

# **Les AOC dans le développement territorial**

## **Une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères**

**Volume 1**

**THESE**

présentée pour obtenir

**LE TITRE DE DOCTEUR DE L'INSTITUT NATIONAL POLYTECHNIQUE  
DE TOULOUSE**

**Ecole doctorale : Temps, Espaces, Sociétés, Cultures  
Spécialité : Espaces, Sociétés Rurales et logiques économiques**

**Mention Géographie**

**par Julien FRAYSSIGNES**

**Soutenue le 12 décembre 2005 devant le jury composé de :**

M. Bertil SYLVANDER, Directeur de Recherches, INRA-SAD, Toulouse	Président
M. Michel ROUX, Professeur des Universités, UFR Sciences Espaces Sociétés, Université Toulouse Le Mirail	Directeur de thèse
Mme Valérie OLIVIER, Maître de Conférences, Institut National Polytechnique, Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Toulouse	Codirectrice de thèse
Mme Nicole MATHIEU, Directrice de Recherches Emérite, CNRS, Université Paris I, Panthéon Sorbonne	Rapporteur
M. Bernard PECQUEUR, Professeur des Universités, Institut de Géographie Alpine, Université Joseph Fourier, Grenoble	Rapporteur
Mme Anne RICHARD, Directrice du Conseil National des Appellations d'Origine Laitières, Paris	Membre

*A mes parents, pour leur soutien sans faille, sans qui rien n'aurait été possible,*

*A ma sœur Claire, pour ses encouragements incessants,*

*A Christine,*

*A mon fils,*

*Même si elle est sous-tendue par une démarche un tant soit peu définie au préalable, la thèse est aussi une affaire d'échanges, de rencontres, qui sont quant à eux davantage liés au hasard. Nous souhaitons donc remercier les personnes ayant contribué, de près ou de loin, à la réalisation de ce travail, soit à travers leur aide, leur soutien, leurs conseils, soit tout simplement à travers leur présence, qui a fait que ces années valaient la peine d'être vécues.*

*Mes premières pensées vont aux enseignants qui, dans les premières années de mon cursus de géographie, ont su me donner l'envie de poursuivre dans cette voie, et qui sont à l'origine de mes premiers questionnements : M. Michel Cohou, pour sa conviction et son enthousiasme, décisifs dès la première année, Mme Claude Carcenac, pour son souci de rigueur quant à la manipulation des échelles géographiques, et M. Olivier Orain, pour ses cours passionnants sur l'épistémologie de la Géographie.*

*Ma reconnaissance va également à mes encadrants de DEA : M. Jean Pilleboue, pour son accueil et ses apports constants, y compris durant les années qui ont suivi, et M. Dominique Coquart pour ses conseils toujours judicieux et ses encouragements, mais aussi pour son accueil à l'ENSAT, où les conditions de travail exceptionnelles ont joué un rôle incontestable, et enfin pour son rôle dans mon intégration au sein du laboratoire et dans le programme Interreg.*

*L'ENSAT s'est également révélée un environnement particulièrement propice, tant professionnel qu'affectif. Je tiens donc à exprimer ma gratitude envers mes collègues de travail, dont certains sont devenus de véritables amis : Jacques Abadie, pour sa gentillesse et ses précieux conseils, qui jusqu'au bout ont contribué à améliorer le travail, Valérie Barraud-Didier, Jacques Berthelot, pour ses nombreux "tuyaux" sur la PAC et l'OMC, Bruno Legagneux, pour son "coup de pouce" en début de thèse, Geneviève Nguyen, pour ses apports théoriques et sa bonne humeur immuable, et Denis Paillard, pour ses encouragements incessants.*

*Venus, repartis, ou encore là, je tiens aussi à remercier les doctorants du laboratoire Dynamiques Rurales présents à l'ENSAT, ainsi que ceux des autres laboratoires, pour tous les bons moments passés et les discussions animées, au premier rang desquels figure Eve-Anne Bühler, pour sa gentillesse et son soutien permanent, Alfredo Blum, Marcelo Champredonde et Kate Mailfert, mais aussi Marion Alignan, Laurence Baboulène, Boris Eyheraguibel, Carine Larfeil, Jane Roche et Javier Scheiner.*

*D'autres membres du personnel de l'ENSAT-INP méritent d'être cités ici : M. Pascal Audran, pour ses dépannages informatiques, Annick Corrège, Mme Martine Lacoste, pour sa présence rassurante au niveau de l'INP, Mme Patricia Mirabel, pour la gestion financière du contrat et la résolution de nombreux problèmes, Annie Ouin, Mme Arlette Renaudin, et Gérard Suran, ô combien précieux pour la logistique. Un merci également au personnel du restaurant universitaire pour son dévouement, ainsi qu'à Jacky et Serge, pour les indispensables moments de détente.*

*Au sein de l'Université Toulouse le Mirail, une pensée particulière va à Arlette Pech, secrétaire du laboratoire Dynamiques Rurales, tant pour sa gentillesse et son soutien que pour ses compétences. La progression de notre travail tient également aux discussions informelles, ou dans le cadre de séminaires, avec les membres de Dynamiques Rurales ou d'autres laboratoires, parmi lesquels Fabienne Cavaillé et Michael Pouzenc. Citons tout particulièrement la "filière aveyronnaise" : Laurence Barthe, Martine Guibert et Jacinthe Bessière, pour les nombreuses discussions gastronomiques, touristiques et politiques consacrées au territoire roquefortais. Citons aussi les doctorants, pour les échanges comme pour les bons moments : Sandrine Bacconier, Frédérique Blot, Mélanie Gambino, Stéphanie Lagarde et Johan Milian. Enfin, nous adressons notre reconnaissance aux membres du personnel de l'UTM : Christiane Cannac, pour sa gentillesse et son soutien, M. Laurent Jégou et son talent informatique, sans qui le travail cartographique n'aurait pu être possible, et Mme Valérie Sanchou.*

*La réalisation de la thèse telle qu'elle est présentée ici n'aurait pu être possible sans le concours financier du Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière et d'Arilait Recherches, qui a permis de donner à ce travail une ampleur nationale. Nous adressons donc nos plus vifs remerciements à MM. Jean-Paul Jamet, Directeur du CNIEL, et Philippe De Guénin (alors Directeur adjoint) pour leur confiance, ainsi qu'à M. André Ayerbe, Directeur d'Arilait, pour son accueil au sein de la Maison du Lait. Une pensée toute particulière va également à Mme Isabelle Michelutti, de la Fédération Nationale des Coopératives Laitières, pour avoir relayé ma demande auprès du CNIEL, qui a cru dès le début en l'intérêt de cette recherche, et sans qui le partenariat n'aurait probablement pas pu se faire. Que soit également remerciée ici Anne Richard, pour son aide précieuse dès la Maîtrise, son implication tout au long de la thèse et sa participation au jury.*

*Au travers de la dimension internationale du travail, je tiens à adresser un grand merci à Bertil Sylvander, pour son suivi et ses encouragements, ainsi que pour mon intégration dans le réseau européen Dolphins, au sein duquel j'ai pu confronter ma démarche avec celle de nombreux chercheurs, qu'il convient de remercier à leur tour : Mme Elizabeth Barham, de l'Université du Missouri, pour nos échanges électroniques et sa connaissance du contexte américain, François Casabianca et Jean-Antoine Prost, chercheurs à l'INRA de Corte, Adriano Profeta, de l'Université de Munich, Angela Tregear, de l'Université de Newcastle et Ron Wilson, de l'Université d'Edinburgh. Une pensée particulière pour Vanessa Persillet et Nicolas Trift.*

*Plus largement, la progression de mon questionnement a été facilitée par des discussions (réelles ou virtuelles) avec des chercheurs issus de diverses disciplines, que tous soient ici remerciés : Sylvie Vabre pour l'Histoire, M. Philippe Madeline, Eric Manouvrier et Mme Christine Margetic pour la Géographie, M. André Torre, M. Jean-Benoît Zimmermann, M. Olivier Crevoisier et M. Jacques Perrat pour l'Economie, enfin, Mme Laurence Bérard pour l'Ethnologie.*

*Le contenu même de la thèse doit principalement à l'ensemble des personnes rencontrées sur les différents terrains, qui ont bien voulu accorder de leur temps, à toute heure du jour, pour répondre à mes questions. Qu'il s'agisse de professionnels, de techniciens, d'élus, leur franchise (le plus souvent !) et leur enthousiasme forcent le respect et l'admiration, et méritent que l'on y rende ici hommage. Nous tenons à remercier plus particulièrement certains interlocuteurs, qui ont soit joué le rôle de "porte d'entrée" sur un territoire donné, soit passé avec moi un temps sensiblement supérieur à la moyenne, souvent au détriment de leur propre emploi du temps :*

- *en Normandie, M. Pierre Brunet, de l'Université de Caen, pour ses encouragements et sa connaissance sans faille de l'activité fromagère, M. Jean-Marie Cambefort, de la Fromagerie Lepetit, Mme Lucile Dorian, de l'Union des Associations de Producteurs AOC, M. Thierry Fabian, de l'INAO de Caen, MM. Bertrand Gillot et Thierry Graindorge, des fromageries du même nom, M. Serge Lechevalier, de la Fromagerie de Boisse, M. Thierry Leroux, producteur de lait, et M. François Michel, du syndicat du Camembert de Normandie,*
- *dans le Centre, M. Sylvain Brocheret, Mlle Garance Thomé et M. Jean-François Turpault, du syndicat du Crottin de Chavignol, pour l'aide précieuse et les nombreuses discussions, M. Lilian Giboureau, de l'INAO de Tours, M. Christian Leclerc, du syndicat du Sainte-Maure de Touraine, M. Denis Roumet, du syndicat du Valençay, MM. André Limouzin et Edgar Roger, producteurs fermiers, et enfin M. Dominique Verneau, du groupe Triballat Rians, pour son rôle déterminant dans la compréhension des enjeux de cette région et ses nombreux conseils,*
- *dans le Sud-Aveyron, Mme Myriam Bros, du Comité d'Expansion Economique, pour la dimension politique, Mme Christel Caruso, de l'Office de Tourisme de Roquefort, M. Francis Gaffier, de l'association Identité Pérail, pour sa verve et son enthousiasme, M. Gilles Lagriffoul, du Comité National de la Brebis Laitière, M. Jean Laurens, de la Chambre Départemental d'Agriculture de l'Aveyron, M. et Mme Ricard, éleveurs de brebis, et enfin M. Michel Laporte, du groupe Société des Caves, pour sa disponibilité et sa franchise,*
- *enfin, dans les Savoies, remercions M. Sébastien Breton, du syndicat du Chevrotin, M. Guy Burlereaux, de la Fédération des Coopératives Laitières de Savoie, M. Gilles Girard, de la Société Fromagère d'Eteaux, Mme Caroline Glise, du syndicat du Beaufort, Mme Agnès Hauwuy, du GIS Alpes du Nord, M. Roger Lhomme-Choulet, de la Fédération des Coopératives Laitières de Haute-Savoie, M. Emmanuel Missilier, producteur fermier de Reblochon, M. Gérard Oeuvarde, de la Coopérative du Beaufortain, M. Pascal Pochat, de la fromagerie du même nom, pour le temps qu'il a bien voulu m'accorder, et M. Jean Vachoux, producteur de lait, pour sa gentillesse, sa connaissance du terrain et ses encouragements.*

*D'autres personnes enquêtées méritent également d'être citées, au premier rang desquelles M. André Valadier, de la Coopérative Jeune Montagne, incontournable pour qui s'intéresse aux AOC fromagères, pour l'intérêt qu'il a porté à mon travail, et qui par sa disponibilité et la justesse de ses propos, a contribué à la progression de ma réflexion. Par ailleurs, il convient de remercier aussi M. Jean-Jacques Bret, du Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté, et Mme Nadine Ballot, alors au Pôle Fromager Massif Central, pour l'attention qu'ils ont accordé à ma démarche, ceci dès le commencement de la thèse.*

*Une pensée également pour Mme Murielle Bousquet, de l'Association des Sites Remarquables du Goût, pour son dynamisme. Enfin, l'appréhension de l'environnement laitier des AOC a été facilitée par MM. Jehann Moreau et Michel Reffay, respectivement Directeurs des fédérations nationales des industriels et des producteurs de lait.*

*Ces enquêtes de terrain ont aussi été l'occasion de rencontres riches avec les propriétaires de chambres (et tables !) d'hôtes de ces différentes régions. Les discussions autour de repas gastronomiques ont constitué des moments de détente indispensables, mais aussi des sources d'inspiration dans l'appréhension des terrains. Nous souhaitons donc remercier la famille Varin et la famille Amey (Calvados), la famille Baumont-Kohli (Haute-Savoie), et tout particulièrement M. et Mme Levieuge (Loir-et-Cher) pour leur accueil et leur gentillesse. Enfin, nous tenons à saluer toutes les personnes, venues des quatre coins de France et d'Europe, croisées parfois seulement le temps d'un repas. Pour furtifs qu'ils aient été, ces échanges n'en ont pas moins été salutaires.*

*L'apprentissage de la démarche de recherche ne pouvant se faire sans de bons encadrants, je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à Valérie Olivier, enseignante à l'ENSAT et Codirectrice de thèse, dont la contribution à ce travail est immense. Son suivi quasi quotidien, ses conseils, sa patience, ses critiques aussi, mais surtout son souci permanent d'exigence et de rigueur ont été déterminants et méritent d'être salués. Mes pensées vont aussi à mon Directeur de thèse, M. Michel Roux, de l'Université Toulouse le Mirail, pour ses cours passionnants en DEA, et qui par ses remarques pertinentes et ses encouragements a su apporter un indispensable regard géographique à cette recherche.*

*Une mention toute spéciale doit être faite à François Purseigle, pour ses encouragements permanents et ses précieux conseils, notamment au moment de décrocher le financement de la thèse, mais aussi et surtout pour tous les bons moments, passés et à venir.*

*Pour finir, toutes mes pensées vont à Laetitia Couzinet, ma compagne, pour son indispensable soutien, dans les moments d'euphorie comme dans les moments de blues, pour les discussions interminables, les moments de complicité, pour l'équilibre, pour son rôle essentiel enfin, dans le franchissement de cette étape. Sa présence à mes côtés sur cette route semée d'embûches est un cadeau inestimable dont j'espère être toujours digne. Une pensée aussi pour Pierre, qui a su m'adopter et me donner son affection.*

*Un dernier merci à Noir Désir, dont la musique m'accompagne depuis toutes ces années, pour le talent, l'intégrité et pour l'inspiration, dans la mélancolie comme dans l'espoir.*

# Sommaire

## Volume 1

Introduction - la dimension territoriale des filières fromagères AOC, un enjeu pour la recherche et pour l'action.....	15
--	----

### *Première partie*

#### *L'objet de recherche et les enjeux inhérents au lien entre AOC et développement : une analyse en termes d'ancrage territorial.....*

22

### Chapitre 1

#### **L'AOC comme objet transversal face aux enjeux institutionnels et commerciaux**

##### **Vers l'émergence d'un questionnement.....**

23

I. L'AOC vue à travers différents éclairages : entre complexité et diversité.....	25
II. Les AOC fromagères face aux enjeux institutionnels et commerciaux : la convergence vers une problématique territoriale.....	41

### Chapitre 2

#### **La construction de la dimension territoriale des filières**

##### **Un éclairage spécifique de la question des liens entre activités économiques et territoires.....**

56

I. De la filière au territoire : la qualité pour renouveler les questionnements relatifs aux bassins de production et aux terroirs.....	58
II. Le territoire dans une perspective élargie : entre processus de construction et imprégnation des acteurs.....	73

### Chapitre 3

#### **L'ancrage territorial comme grille d'analyse du développement.....**

86

I. Le concept d'ancrage territorial, considérations préliminaires.....	88
II. L'ancrage comme construction pluridisciplinaire.....	90
III. L'ancrage territorial des activités économiques comme concept géographique : proposition de modélisation.....	96
IV. Le développement territorial : une analyse en termes d'ancrage à partir des AOC fromagères.....	98

### Chapitre 4

#### **Le cheminement méthodologique, entre pôle AOC et approche compréhensive.....**

120

I. La mise en place du dispositif méthodologique : une approche compréhensive fondée sur les acteurs de la filière.....	122
II. Les terrains d'étude : un choix articulé entre la filière et le "pôle AOC".....	130
III. Les quatre pôles AOC : caractéristiques principales.....	136

## Volume 2

### *Deuxième partie*

#### *Le concept d'ancrage à l'épreuve du réel : l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement territorial.....*

160

### Chapitre 5

#### **Les apports des AOC à la dynamique agricole et agroalimentaire**

##### **Activité et ressources productives.....**

162

I. Différents éclairages de la place des AOC dans l'emploi agricole et agroalimentaire : fixation de l'activité, attractivité des bassins, pratiques et représentations des acteurs.....	164
II. Les AOC dans la production de ressources spécifiques liées à l'activité productive.....	205

### Chapitre 6

#### **Les AOC dans la coordination des acteurs et la qualification des territoires.....**

267

I. Les trajectoires de développement des pôles AOC en termes de synergies entre secteurs d'activité.....	269
II. Les AOC et le développement territorial à l'échelle locale : la construction de paniers de biens fondés sur des acteurs particuliers.....	320

### Chapitre 7

#### **Les perspectives scientifiques et professionnelles ouvertes par l'analyse en termes d'ancrage territorial.....**

353

I. La question des pôles AOC : intérêts et limites.....	355
II. Les apports de l'ancrage pour le développement territorial : dialogue entre professionnels et intérêts potentiellement convergents.....	363
III. L'ancrage territorial comme outil de clarification des discussions relatives à la révision du cahier des charges.....	380

#### **Conclusion - AOC et territoire, la défense d'une identité.....**

394

## Liste des sigles utilisés

AB	Agriculture Biologique
ADEFI	Association de Développement des Etudes sur la Firme et l'Industrie
ADPIC	Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce
ADTLB	Association de Développement Touristique Local du Bessin
AFTALP	Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes
ANAOF	Association Nationale des Appellations d'Origine laitières Françaises
ANICAP	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine
AO	Appellation d'Origine
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée
AOP	Appellation d'Origine Protégée
APATAR	Association pour la Promotion et l'Accueil Touristique dans l'Aveyron Rural
ASRDLF	Association des Sciences Régionales De Langue Française
BIVC	Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre
BPREA	Brevet Professionnel de Responsable d'Exploitation Agricole
BRILAC	Bureau Régional Interprofessionnel du Lait de Chèvre
BTS	Brevet de Technicien Supérieur
C3R	Centre de Ressources du Rayon de Roquefort
CAD	Contrat d'Agriculture Durable
CCI	Chambre de Commerce et d'Industrie
CCP	Certificat de Conformité Produit
CCVT	Communauté de Communes des Vallées de Thônes
CDA	Chambre Départementale d'Agriculture
CDOA	Commission Départementale d'Orientation Agricole
CDT	Comité Départemental du Tourisme
CERAMAC	Centre d'Etudes et de Recherches Appliquées au Massif Central, à la moyenne montagne et aux espaces fragiles
CETA	Centre d'Etudes Techniques Agricoles
CIDIL	Centre Interprofessionnel de Documentation et d'Informations Laitières
CIELS	Comité Interdépartemental de l'Economie Laitière Savoyarde
CIFRE	Convention Industrielle de Formation par la Recherche
CIGC	Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté
CIPPA	Comité Interprofessionnel de Promotion du Pays d'Auge
CIPV	Comité Interprofessionnel de la Pyramide de Valençay
CIRLAIT	Centre Interprofessionnel Régional du Lait de Basse-Normandie
CIRVAL	Centre International de Ressources et de Valorisation de l'Information des filières laitières des petits ruminants
CIVN	Comité Interprofessionnel des Vins de Nantes
CLE	Compagnie Laitière Européenne
CNAC	Comité National des Arts Culinaires
CNAOF	Comité National des Appellations d'Origine Fromagères
CNAOL	Conseil National des Appellations d'Origine Laitières
CNBL	Comité National de la Brebis Laitière
CNIEL	Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière
CNPL	Comité National des Produits Laitiers
CNRS	Centre National de la Recherche Scientifique
CPER	Contrat de Plan Etat-Région
CRA	Chambre Régionale d'Agriculture
CRIEL	Centre Régional Interprofessionnel de l'Economie Laitière
CRT	Comité Régional du Tourisme
CS	Certificat de Spécialisation
CSP	Catégorie Socio-Professionnelle
CTE	Contrat Territorial d'Exploitation
CTFC	Centre Technique Fromager Caprin
CUMA	Coopérative d'Utilisation de Matériel Agricole
DATAR	Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale
DDAF	Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt



DESS	Diplôme d'Etudes Supérieures Spécialisées
DOLPHINS	Development of Origin Labelled Products, Humanity, Innovations and Sustainability
DRAF	Direction Régionale de l'Agriculture et de la Forêt
EARL	Exploitation Agricole à Responsabilité Limitée
EDE	Etablissement Départemental de l'Elevage
ENIL	Ecole Nationale d'Industrie Laitière
EPCI	Etablissement Public de Coopération Intercommunale
FAOCC	Fédération des Appellations d'Origine Caprines du Centre
FDCL	Fédération Départementale des Coopératives Laitières
FDSEA	Fédération Départementale des Syndicats d'Exploitants Agricoles
FEOGA	Fond Européen d'Orientation et de Garantie Agricole
FNAOC	Fédération Nationale des Appellations d'Origine Contrôlées fromagères
FNCL	Fédération Nationale des Coopératives Laitières
FNIL	Fédération Nationale de l'Industrie Laitière
FNPL	Fédération Nationale des Producteurs de Lait
FNSEA	Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles
FQC	Filière Qualité Carrefour
FRESYCA	Fédération Régionale des Syndicats Caprins
FRSEA	Fédération Régionale des Syndicats d'Exploitants Agricoles
FRSEB	Fédération Régionale des Syndicats d'Eleveurs de Brebis
FSIR	Fédération des Syndicats des Industriels de Roquefort
FSS	Formation Socio-Spatiale
GAEC	Groupement Agricole d'Exploitation en Commun
GAL	Groupe d'Action Locale
GIE	Groupement d'Intérêt Economique
GIS	Groupement d'Intérêt Scientifique
GLAC	Groupement de Laiteries Coopératives de Charentes-Poitou
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
GREMI	Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs
IAA	Industrie AgroAlimentaire
IG	Indication Géographique
IGP	Indication Géographique Protégée
INAO	Institut National des Appellations d'Origine
INRA	Institut National de Recherche Agronomique
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
IRQUA	Institut Régional de la Qualité
ITFF	Institut Technique Français des Fromages
ITPLC	Institut Technique de la Production de Lait de Chèvre
JO	Jeux Olympiques
LEADER	Liaison Entre les Actions de Développement de l'Economie Rurale
LEREPS	Laboratoire d'Etudes et de Recherches sur l'Economie de la Production et les Systèmes sociaux
LIAL	Laboratoire Interprofessionnel d'Analyses Laitières
LILANO	Laboratoire Interprofessionnel Laitier de Basse-Normandie
LS	Libre Service
MDD	Marque de Distributeur
OCM	Organisation Commune de Marché
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ONILAIT	Office National Interprofessionnel du Lait
OriGIn	Organisation for an international Geographical Indications network
OT	Office de Tourisme
OTEX	Orientation Technico-Economique des Exploitations
PAC	Politique Agricole Commune
PACA	Provence Alpes Côte d'Azur
PAPAO	Pays d'Argentan – Pays d'Auge Ornaïs
PEQT	Pôle Elevage Qualité Touraine
PGC	Produit de Grande Consommation
PLM	Production Laitière Moderne
PN	Parc National
PNR	Parc Naturel Régional
PUF	Presses Universitaires de France

R&D	Recherche et Développement
RAGT	Rouergue Auvergne Gévaudan Tarnais
RGA	Recensement Général Agricole
RGP	Recensement Général de la Population
RGPSO	Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest
SAFER	Société d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural
SAU	Surface Agricole Utilisée
SCARO	Société Coopérative Agricole de ROquefort
SDB	Syndicat de Défense du Beaufort
SECODIP	Société d'Etudes de la Communication, Distribution et Publicité
SFVCN	Syndicat des Fabricants du VÉritable Camembert de Normandie
SIA	Système AgroIndustriel
SIFA	Syndicat Interprofessionnel du Fromage d'Abondance
SIL	Système Industriel Localisé
SIMA	Syndicat Intercommunal du Massif des Aravis
SIR	Syndicat Interprofessionnel du Reblochon
SITOB	Syndicat Interprofessionnel de la Tome des Bauges
SIVA	Syndicat Intercommunal du Val d'Abondance
SODIAAL	SOciété de DIffusion Agro-ALimentaire
SOFRES	SOciété FRançaise d'Enquêtes par Sondage
SPL	Système Productif Localisé
SPLB	Syndicat des Producteurs de Lait de Brebis
SRDG	Site Remarquable du Goût
SUACI	Service d'Utilité Agricole à Compétence Interdépartementale
UDE	Unité de Dimension Européenne
ULN	Union Laitière Normande
UNEDIC	Union Nationale pour l'Emploi Dans l'Industrie et le Commerce
UNOG	Union Nord-Ouest Génétique
UNOTEC	Union Ovine Technique
UPB	Union des Producteurs de Beaufort
UPRA	Unité de Promotion des Races Animales
UPRF	Union des Producteurs de Reblochon Fermier
VDQS	Vin Délimité de Qualité Supérieure
VIR	Volume Individuel de Référence

# Table des illustrations

## Liste des tableaux

Tableau 1 : évolution de la production de fromages AOC en France (1991-2004).....	30
Tableau 2 : la production des 42 AOC fromagères en 2004 .....	32
Tableau 3 : l'année d'obtention des 42 AOC fromagères françaises .....	32
Tableau 4 : la segmentation du marché du fromage en France et la place des AOC (2003) .....	34
Tableau 5 : les entretiens auprès des acteurs "territoriaux" .....	126
Tableau 6 : le choix des terrains d'étude – la recherche de diversité.....	131
Tableau 7 : les quatre terrains d'étude de la recherche .....	133
Tableau 8 : les terrains d'étude et les critères de choix.....	135
Tableau 9 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Basse-Normandie" .....	140
Tableau 10 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Centre" .....	145
Tableau 11 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Sud-Aveyron" .....	150
Tableau 12 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Savoies" .....	156
Tableau 13 : le poids économique des quatre pôles AOC dans leur région, exploitations agricoles (2004).....	167
Tableau 14 : le poids économique des quatre pôles AOC dans leur région, emplois industriels (2004).....	167
Tableau 15 : évolution du tonnage de quelques filières fromagères suite à l'obtention de l'AOC .....	194
Tableau 16 : la production laitière dans les trois départements de Basse-Normandie en 2002.....	208
Tableau 17 : les caractéristiques des élevages caprins de quelques départements français.....	216
Tableau 18 : les bassins ovins laitiers français en 2004 .....	228
Tableau 19 : les conséquences du modèle technique sur le bassin de production roquefortais.....	238
Tableau 20 : les références laitières moyennes en Savoie et Haute-Savoie .....	241
Tableau 21 : les AOC dans leur environnement productif – approche comparative .....	256
Tableau 22 : les AOC dans la recherche et la formation – approche comparative.....	257
Tableau 23 : les AOC et la production de ressources spécifiques – approche comparative.....	258
Tableau 24 : les AOC et leur trajectoire de développement – approche comparative.....	259
Tableau 25 : la double activité dans différentes aires géographiques (2000).....	298
Tableau 26 : la place de la Savoie et de la Haute-Savoie dans l'agrotourisme en France (2000).....	300
Tableau 27 : les dynamiques territoriales à l'échelle régionale .....	308
Tableau 28 : les acteurs et les coordinations .....	311
Tableau 29 : le processus de construction/mobilisation de ressources.....	313
Tableau 30 : le développement territorial en termes de panier de biens .....	315
Tableau 31 : la trajectoire de développement.....	319
Tableau 32 : les caractéristiques communes du type 1.....	329
Tableau 33 : les caractéristiques communes du type 2.....	332
Tableau 34 : les caractéristiques communes du type 3.....	336
Tableau 35 : les caractéristiques communes du type 4.....	340
Tableau 36 : les caractéristiques communes du type 5.....	343
Tableau 37 : les dynamiques locales de développement – proposition de typologie .....	351
Tableau 38 : les intérêts potentiellement convergents des acteurs dans les dynamiques de développement territorial.....	375
Tableau 39 : AOC fromagères et ressources territoriales – proposition de typologie.....	376
Tableau 40 : la caractérisation des logiques inhérentes à la construction du cahier des charges .....	385

## Liste des cartes

Carte 1 : le pôle AOC "Basse-Normandie" – éléments de localisation (maillages administratifs et petites régions agricoles) .....	136
Carte 2 : les aires d'appellation du pôle AOC "Basse-Normandie" .....	138
Carte 3 : le pôle AOC "Centre" – éléments de localisation (maillages administratifs et petites régions agricoles) .....	141
Carte 4 : les aires d'appellation du pôle AOC "Centre".....	143
Carte 5 : le pôle AOC "Sud-Aveyron" – éléments de localisation (maillages administratifs et petites régions agricoles) .....	146
Carte 6 : l'aire d'appellation Roquefort.....	148

Carte 7 : le pôle AOC "Savoies" – éléments de localisation (maillages administratifs, petites régions agricoles et relief) .....	151
Carte 8 : les aires d'appellation du pôle "Savoies" .....	153
Carte 9 : le prix du lait dans les fromageries de la Région Centre – éléments de comparaison .....	183
Carte 10 : les superpositions d'aires AOC dans le Centre .....	187
Carte 11 : la densité laitière française en 2002 (effectifs par km <sup>2</sup> ).....	207
Carte 12 : les OTEX des communes de Basse-Normandie en 2000 .....	208
Carte 13 : les exploitations avec des vaches laitières en Basse-Normandie.....	209
Carte 14 : les adhérents aux associations de producteurs AOC en 2003.....	209
Carte 15 : les transformateurs du pôle AOC "Basse-Normandie" en 2004 .....	210
Carte 16 : les superficies de maïs ensilage en Basse-Normandie.....	213
Carte 17 : les superficies toujours en herbe en Basse-Normandie .....	213
Carte 18 : les OTEX des communes du Centre en 2000 .....	215
Carte 19 : les effectifs caprins en France en 2000.....	216
Carte 20 : les exploitations caprines en Région Centre (2000) .....	218
Carte 21 : les transformateurs du pôle AOC "Centre" en 2004.....	219
Carte 22 : les producteurs de lait de la filière AOC Crottin de Chavignol en 2004 .....	220
Carte 23 : le parc naturel régional de la Brenne .....	224
Carte 24 : les exploitations laitières ovines françaises .....	228
Carte 25 : les producteurs de lait de brebis dans le Rayon de Roquefort en 2004 .....	229
Carte 26 : les transformateurs du pôle AOC "Sud-Aveyron" en 2004 .....	230
Carte 27 : les fournisseurs d'éleveurs de brebis dans le pôle Sud-Aveyron .....	231
Carte 28 : la pratique de l'ensilage en Midi-Pyrénées .....	239
Carte 29 : la production laitière en Rhône-Alpes .....	241
Carte 30 : les OTEX des communes de Rhône-Alpes en 2000 .....	242
Carte 31 : la production laitière en Savoie et en Haute-Savoie en 2000 .....	243
Carte 32 : les transformateurs du pôle AOC "Savoies" en 2004 .....	244
Carte 33 : les Pays en Basse-Normandie.....	275
Carte 34 : le parc naturel régional des Marais du Bessin et du Cotentin.....	277
Carte 35 : le parc naturel régional des Grands Causses.....	291
Carte 36 : le parc naturel régional du Massif des Bauges .....	337
Carte 37 : les producteurs fermiers de l'aire AOC Reblochon en 2004.....	360

## Liste des graphiques

Graphique 1 : degré de cohérence du système productif AOC .....	261
Graphique 2 : processus de spécification des ressources liés aux AOC.....	262
Graphique 3 : la pérennité des systèmes productifs AOC.....	263
Graphique 4 : fréquentation touristique du Pays de Roquefort en 2003 (principaux sites).....	286
Graphique 5 : le contexte régional des terrains d'étude.....	309
Graphique 6 : la place des AOC dans leur contexte régional .....	310
Graphique 7 : les AOC et la coordination des acteurs.....	312
Graphique 8 : les AOC et la production de ressources.....	314
Graphique 9 : les AOC et la construction de paniers de biens .....	316
Graphique 10 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux bas-normands .....	323
Graphique 11 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux du Centre .....	324
Graphique 12 : AOC et construction de panier de biens : le système local à Roquefort.....	325
Graphique 13 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux des Savoies .....	326
Graphique 14 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux des stations savoyardes.....	327
Graphique 15 : les pôles AOC et leurs indicateurs – approche comparative .....	356

## Liste des figures

Figure 1 : la Route de la Table dans le département de la Manche .....	278
Figure 3 : le "Pays de Roquefort" : zonage et logo .....	288
Figure 4 : la promotion de Pastoralia .....	290
Figure 5 : la mise en valeur du fromage de chèvre à Sainte-Maure de Touraine .....	330
Figure 6 : la promotion des composantes de la "Journée Gastronomique en Normandie".....	334
Figure 7 : la fromagerie du Val d'Aillon .....	338
Figure 8 : la communication autour du "cœur de zone" du Reblochon fermier .....	361

## Liste des schémas

Schéma 1 : les instances représentatives des AOC fromagères.....	40
Schéma 2 : le processus d'ancrage territorial – proposition de modèle .....	97
Schéma 3 : les territoires de la filière – dispositif méthodologique .....	127
Schéma 4 : le traitement des entretiens semi-directifs .....	129
Schéma 5 : les indicateurs de développement territorial à l'échelle locale.....	322
Schéma 6 : la typologie des systèmes locaux – proposition de synthèse .....	348
Schéma 7 : les démarches concrètes d'ouverture touristique – proposition de grille de lecture.....	378
Schéma 8 : les logiques de construction / révision du cahier des charges AOC .....	383

## Liste des photos

Photo 1 : les signalétiques relatives aux crottins AOC et génériques dans la région de Sancerre.....	174
Photo 2 : la signalétique relative au "Terroir du Roquefort" .....	294
Photo 3 : un exemple de complémentarité entre tourisme et agriculture en Haute-Savoie .....	346

## Avertissement

Afin de mieux différencier les appellations d'origine des dénominations génériques, nous avons fait le choix d'écrire tous les noms des fromages AOC avec une majuscule, et de laisser les génériques en minuscule. Ainsi, à titre d'exemple, on trouvera dans le texte "*Camembert de Normandie AOC*", "*Crottin de Chavignol AOC*" et "*Sainte-Maure de Touraine AOC*", et leurs homologues respectifs "*camembert*", "*crottin*" et "*sainte-maure*". De même, on trouvera l'AOC "*Tome des Bauges*" (avec un seul "m"), "*Tomme de Savoie*" (IGP), et "*tomme*".

## **Introduction**

---

### **La dimension territoriale des filières fromagères AOC, un enjeu pour la recherche et pour l'action**

La construction de notre question de recherche, et du modèle destiné à y répondre, est située à l'interface entre un contexte scientifique, une réalité professionnelle et des aspirations personnelles. Lors d'une première recherche consacrée à la mise en place du parc naturel régional des Grands Causses dans le Sud-Aveyron en 1995, nous avons pu prendre conscience du rôle déterminant joué par l'industrie roquefortaise dans l'économie de ce territoire (Frayssignes, 1998). La volonté de mieux comprendre les filières et leur dimension territoriale est incontestablement liée à cette première confrontation avec le terrain.

### **L'inscription de l'objet et du questionnement dans le champ de recherche des relations entre activités économiques et dynamiques territoriales.**

La question qui nous anime s'inscrit en effet dans un espace de réflexion particulier, centré sur les liens entre économie et territoire. Par essence transversal et transdisciplinaire, ce champ n'en est pas moins au cœur des questionnements géographiques contemporains, articulés autour des rapports entre espaces et sociétés, l'économie étant en effet une composante essentielle de la réalité humaine.

Depuis les années 1970 et l'avènement du post-fordisme, de profonds bouleversements sont venus infléchir les recherches menées sur cette thématique. L'amplification des dynamiques de globalisation de l'économie, la diversification de la demande et l'explosion des innovations technologiques sont autant de manifestations de ces bouleversements, et reposent précisément la question de la place du territoire vis-à-vis des dynamiques productives. Abordées de manière très différente par les sciences sociales, ces mutations sont à l'origine d'un paradoxe disciplinaire notable. Ainsi, pendant que la Géographie voyait ses fondements territoriaux bousculés par la mondialisation (remodelage des systèmes productifs, mobilités accrues, relations rural / urbain, refonte des politiques publiques...), et entrevoyait même une "fin de l'espace", annoncée par R. O'Brien (O'Brien, 1992), une partie de l'Economie redécouvrait quant à elle toute la pertinence de la dimension spatiale des processus et du concept de territoire (Perrat, 1992 ; Courlet, 2001), concept le plus souvent ignoré jusqu'alors.

Ce contexte d'incertitude marque donc l'émergence d'un nouveau paradigme, qui renouvelle en profondeur les questionnements des chercheurs, tant au niveau des liens entre entreprises et territoires qu'à celui des conditions de développement de ces espaces. Plusieurs affirmations semblent désormais acquises :

- les relations entre firme et territoire apparaissent extrêmement complexes. Le nouvel environnement des entreprises (flexibilité, concurrence) nécessite de dépasser la vision du territoire stock de ressources et/ou réceptacle neutre et homogène des stratégies (Savy, Veltz, 1993 ; Veltz, 1993),

- les ressources ne renvoient plus seulement à des éléments matériels donnés et transposables (proximité, coûts de transport...), mais concernent également des facteurs immatériels, nés de l'interaction entre acteur et territoire, et de ce fait plus difficilement transposables (qualité de l'organisation, réputation, compétences...), on parle alors de ressources construites (Veltz, 1993, Pecqueur, 1999),
- les dynamiques de développement territorial résultent de la conjugaison entre les nouvelles stratégies des entreprises et les modalités d'intervention des politiques publiques, transformées par le contexte de décentralisation (Barthe, 1998), et offrent ainsi de nouvelles opportunités aux espaces non métropolitains.

Ce nouveau contexte macroéconomique induit en effet de fortes discontinuités spatiales. Si l'existence de "Régions qui gagnent" est incontestable (Benko, Lipietz, 1992), des territoires demeurent en marge de ces processus, et s'interrogent sur leur devenir, parmi lesquels de nombreux espaces ruraux dans les pays industrialisés. Sans être tous nécessairement concernés par une problématique de faible densité de population, ces espaces sont souvent envisagés comme des zones interstitielles. Les nouvelles ressources constituent pour ces territoires un enjeu fondamental dans la mesure où ils ne peuvent rivaliser avec les espaces métropolitains. En cela, la ruralité est porteuse de potentialités, en termes résidentiels certes, mais aussi en termes productifs (Mathieu, 1997). Même si leur importance économique n'est plus aussi prégnante qu'auparavant du fait d'importances restructurations, les activités agricoles et agroalimentaires jouent un rôle encore non négligeable, voire considérable localement, tant en termes d'emploi que d'occupation de l'espace et de production de paysage. Ces activités n'ont d'ailleurs pas échappé aux mutations économiques évoquées plus haut. Désignés sous le terme de "Révolution Silencieuse" (Debatisse, 1963), les profonds bouleversements qu'a connus l'agriculture entre 1960 et aujourd'hui (progrès technique, mécanisation...), conjugués à l'ouverture des marchés à la concurrence, ont fortement modifié la structure et le fonctionnement des filières de production, et par-là même leur rapport à l'espace, déjà particulier.

Durant les vingt dernières années, l'évolution des questionnements inhérents à ces secteurs spécifiques a contribué à l'émergence de nouveaux courants de recherche, fondés sur une nouvelle appréhension de la qualité des produits. Comme pour l'ensemble des activités économiques, ce paradigme qualitatif a contribué à un important renouvellement des travaux. L'analyse de la coordination des acteurs au sein des filières a ainsi été repensée (Sylvander, Marty, 2000), et leur confrontation a constitué un terrain fertile pour l'approche conventionnaliste (Nicolas, Valceschini, 1995). Les recherches géographiques portant sur les dynamiques agroindustrielles (Plet, 1983) et les bassins de production (Diry, 1997) ont également été revisitées, comme en atteste l'évolution des stratégies des firmes agroalimentaires, notamment analysée par C. Margetic (Margetic, 1999, 2004). De même, on a assisté à un renouvellement dans l'approche des relations entre caractéristiques des produits, conditions naturelles et savoir-faire. La qualité a donc reposé aussi la question du lien au terroir (Delfosse, 1999 ; Ricard, 1999). Appréhendé comme une forme spécifique des relations entre activités économiques et dynamiques territoriales, le champ des liens entre filière et territoire est donc largement réinterrogé par la qualité, et là encore, la dimension territoriale est au cœur des réflexions.

C'est dans ce contexte particulier que s'inscrit notre objet de recherche, l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), qui désigne à la fois un produit, une filière et une dénomination renvoyant à un espace géographique. Cet objet présente une spécificité considérable, fondée sur la fixation spatiale de l'activité reconnue par voir réglementaire, interdisant la fabrication



de ce même produit dans un autre territoire. Cette spécificité constitue un cadre au sein duquel la question des relations entre activité économique et territoire se pose d'une manière particulière. En outre, même si l'AOC apparaît comme un concept transversal et pluridisciplinaire, son caractère géographique est avéré, et ne s'est pas démenti au fil de l'évolution de la discipline, puisqu'il s'inscrit aussi bien dans une perspective "moderne", axée sur les rapports entre espaces et sociétés, que dans une perspective que l'on pourrait qualifier de plus "classique", à travers la problématique du lien au terroir (interface Homme / Nature).

Dans une perspective de développement, l'AOC présente un intérêt indéniable. Conçue pour protéger des produits, et par-là même des régions fragilisées par les mutations de l'agriculture, l'AOC apparaît, par son principe même, opposée à certains aspects de la mondialisation, comme celui des délocalisations industrielles, relayées par les médias et vécues comme autant de traumatismes par les populations concernées. En tant que rempart juridique, le concept d'AOC s'affirme donc comme un outil de développement agricole et rural, et intéresse de ce fait de plus en plus de pays à travers le monde. En cela, l'appellation entre dans la catégorie des "nouvelles ressources productives" définies par B. Pecqueur (Pecqueur, 1999).

Plus précisément, c'est sur les appellations fromagères que se porte notre intérêt. Deuxième famille de produits AOC derrière les vins, les fromages présentent plusieurs particularités importantes. Principalement, ces produits sont issus d'une activité spécifique – l'élevage – souvent dédiée aux régions défavorisées (montagne...) et fortement marquante au niveau des paysages, ce qui rend la question de leur développement d'autant plus prégnante. En outre, le lait sous toutes ses formes (liquide, crème, beurre, fromage...) constitue une des bases de notre alimentation, ceci à tous les âges de la vie, et jouit d'une image très positive auprès des consommateurs. Enfin, les fromages représentent une offre commerciale extrêmement large et variée. Outre les différents types de produits, les appellations cohabitent d'une part avec des fromages génériques, aux caractéristiques souvent proches (camembert, emmental, brie...), et d'autre part avec un ensemble de produits innovants aux formes très diverses. Néanmoins, en dépit de leur apparente préservation, les AOC fromagères n'en sont pas moins englobées dans l'activité laitière et agricole, et subissent de ce fait les mêmes évolutions, tant au niveau de la production que de la commercialisation. Les tendances lourdes observées dans l'ensemble des pays européens (restructuration des exploitations et des unités de transformation, augmentation des références individuelles) concernent également les filières AOC. De même, la présence d'une appellation ne modifie en rien les préoccupations des éleveurs (installation, reprise, astreinte liée à la traite...). Enfin, les produits AOC sont exposés à une concurrence de plus en plus rude de la part de produits "marquetés", fabriqués à moindre coût, mais revendiquant des valeurs similaires (origine, authenticité, tradition).

Au-delà de ce contexte global, les AOC fromagères sont, à l'instar de l'ensemble des produits liés à une origine de manière réglementaire, constamment questionnées par les instances supranationales à propos de leur fonctionnement, ce qui tend à les fragiliser. Malgré la mise en place des AOP et IGP en 1992, la Politique Agricole Commune n'a jamais réellement reconnu la spécificité des systèmes AOC dans ses différentes évolutions. L'avènement du découplage des aides et de l'éco-conditionnalité initié par la réforme de 2002 constitue ainsi une rupture. Outre la baisse des prix d'intervention sur le beurre et la poudre, susceptible de déséquilibrer l'ensemble de la profession (accélération des restructurations, report sur des produits plus élaborés venant engorger un marché déjà saturé), l'éventuelle suppression des quotas vient fragiliser de nombreux bassins laitiers, dont le maintien a toujours été lié à la limitation de la production. Au niveau de l'Organisation Mondiale du

Commerce, les appellations font l'objet d'une vive opposition commerciale et idéologique entre le Nouveau Monde et l'Ancien Continent. Si pour la plupart des pays européens, la protection des produits et des savoir-faire locaux contre les imitations est légitime et s'inscrit dans une perspective patrimoniale, de nombreux pays, au premier rang desquels figurent les Etats-Unis, estiment qu'il s'agit d'un système protectionniste entravant la libre concurrence, et que seul le droit des marques est en mesure de réguler les échanges commerciaux.

Ainsi, les défis auxquels sont confrontées les AOC fromagères mettent directement en question leur reconnaissance au sein de la production laitière, et leur légitimité dans l'ensemble des produits alimentaires. Si le fondement d'une appellation est, et demeure, le lien entre les qualités d'un produit et les caractéristiques d'un lieu de production (conditions naturelles et agronomiques), il apparaît que leur reconnaissance passe par d'autres types d'arguments, et nécessite la mise en perspective d'un autre objectif assigné aux AOC : le maintien d'une activité. Ces défis sont en effet d'autant plus prégnants qu'au-delà de ces produits, c'est des espaces agricoles et ruraux qu'il est question, espaces qui sont plus ou moins suspendus à la pérennité de ces filières. Les préoccupations professionnelles rejoignent donc partiellement des préoccupations territoriales liées au développement, et rendent fondamental le questionnement relatif aux liens qui unissent l'objet AOC et le processus de développement. L'enjeu est également scientifique et méthodologique, dans la mesure où il renvoie à des questions fortes (évaluation d'un dispositif institutionnel, analyse de la contribution d'une activité économique au développement d'un territoire), questions qui sont au cœur du champ dans lequel nous nous inscrivons.

La recherche que nous proposons de réaliser n'est pas uniquement sous-tendue par une demande sociale et par un contexte scientifique. Elle s'inscrit également dans un environnement professionnel particulier<sup>1</sup>. Les dirigeants de l'interprofession laitière nationale sont quant à eux attentifs aux résultats opérationnels permettant de mieux définir et de mieux saisir les conditions de réussite des filières AOC (productive, commerciale...), et de contribuer ainsi au maintien de ce qui constitue à leurs yeux une vitrine commerciale et un élément de patrimoine pour la filière laitière dans son ensemble. La construction de notre questionnement est donc située à l'interface de ces différentes réalités, et doit faire converger, dans une même démarche, une logique "verticale", celle de la filière et de sa pérennité, et une logique "horizontale", celle du territoire et de son développement.

### **A la jonction des logiques de filière et des préoccupations de développement, la nécessaire perspective territoriale.**

Cette difficile articulation ne peut selon nous se réaliser qu'à travers une meilleure prise en compte des dynamiques territoriales dans le fonctionnement des filières AOC, et de l'activité économique en général. En d'autres termes, la compréhension des logiques sectorielles n'a de sens qu'au vu de leur inscription dans des territoires spécifiques, dont les différentes dimensions (naturelle, économique, culturelle, identitaire, politique) sont autant d'éléments aptes à infléchir ces logiques. De même, il nous faut souligner la propension des

---

<sup>1</sup> La présente thèse a en effet été réalisée dans le cadre d'une Convention Industrielle de Formation par la Recherche (CIFRE, n°432/2001), signée avec le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL), qui gère le devenir de la filière laitière française et regroupe depuis 1973 les trois fédérations représentatives : Fédération Nationale des Producteurs de Lait (FNPL), Fédération Nationale des Coopératives Laitières (FNCL) et Fédération Nationale de l'Industrie Laitière (FNIL). Le Comité National des Appellations d'Origine Laitières (CNAOL) a également participé au suivi de la recherche.

dynamiques productives à participer au processus d'appropriation spatiale, et donc à "construire des territoires" selon des logiques particulières (aire de chalandise d'une grande surface, zone de collecte d'une fromagerie, système de sous-traitants d'une grande entreprise...). Proposé dans cette recherche pour répondre à ces exigences, le concept d'ancrage territorial se veut une grille de lecture pluridisciplinaire des relations entre filière et territoire, permettant d'une part d'aborder le territoire dans toutes ses dimensions, et d'autre part d'appréhender sa relation avec la filière dans toute sa réciprocité. En cela, l'ancrage tel que nous le concevons s'appuie sur différents travaux relatifs aux filières, tout en essayant de proposer des prolongements :

- déjà évoqué plus haut, le lien au terroir constitue une entrée possible, mais les avancées récentes (Pilleboue, 1999 ; Hinnewinkel, 2002) pointent les lacunes de ce concept, uniquement centré sur les savoir-faire et les conditions naturelles. De plus, les enjeux de reconnaissance des AOC montrent également que cet angle d'attaque se révèle insuffisant,
- la dynamique des bassins de production permet de rendre compte des dynamiques productives, mais les liens sont trop souvent pensés à sens unique, les pesanteurs induites par les caractéristiques des bassins (technicité, capacité collective des acteurs...) ne sont que très peu abordées,
- chez les économistes, les approches menées en termes d'ancrage mettent l'accent sur la notion de "communauté de destin", qui lie une activité à un espace, et sur le processus de construction d'un tissu productif (Zimmermann, 1998). On constate néanmoins une certaine propension à personnifier le territoire, et à ne l'envisager que sous l'aspect économique, en délaissant les autres dimensions.

Cette nécessité d'élargissement nous a donc amené à réfléchir sur les différentes composantes territoriales, et à mobiliser pour cela les outils élaborés par certains géographes, tels que les formations socio-spatiales (Di Méo, 1998). Par ailleurs, la réciprocité dans l'appréhension des processus renvoie aussi bien à la dimension géographique de "l'acteur territorialement situé" (Gumuchian *et alii*, 2003), qu'au paradigme sociologique de l'encastrement des activités économiques (Granovetter, 2000). La grille de lecture fondée sur l'ancrage territorial a donc vocation à répondre à deux questions essentielles : celle de la projection des dynamiques productives sur un espace, contribuant à la construction de territoires, et celle, en retour, de l'imprégnation de ces dynamiques productives par les logiques territoriales.

Au-delà de cette perspective heuristique, l'ancrage est mobilisé afin de rendre compte de l'inscription des AOC dans le processus de développement territorial, qui nous l'avons vu apparaît comme une fonction à part entière assignée à ces filières, un service à rendre au sens que lui donne J. Néfussi, au même titre que la protection de l'environnement ou l'information des consommateurs (Néfussi, 2000). Fondé sur des processus complexes de construction de ressources et de coordination d'acteurs, le développement territorial, ainsi que les différentes manières de l'envisager, doivent intégrer ce caractère territorialement ancré. Outre l'activité liée à la présence d'une ou plusieurs appellations (exploitations agricoles, emplois agroalimentaires), l'analyse du développement nécessite effectivement de s'interroger également sur le processus de construction de ressources productives spécifiques (compétences, formation, recherche...), c'est-à-dire sur la capacité des filières à fonctionner en tant que système productif localisé (Zimmermann (coord.), 1998 ; Colletis, Pecqueur, 2004). Dans une perspective plurisectorielle, le développement territorial renvoie à l'émergence de formes de gouvernance (Gerbaux, 1999 ; Barthe, 2001), susceptibles de

donner naissance à des "paniers de biens", fondés sur le renforcement mutuel de produits et de services touristiques sur un même territoire (Mollard, 2001 ; Pecqueur, 2001).

Ces différentes modalités de qualification concernent différentes dimensions du territoire, et nécessitent une manipulation de différentes échelles, allant de l'international au micro-local. En envisageant les AOC tour à tour comme des activités économiques, des "acteurs", et des produits, l'approche en termes d'ancrage a donc vocation à évaluer leur place dans ces processus. C'est à travers cette évaluation qu'il s'agit de répondre à la demande professionnelle, et de s'inscrire en cela dans les débats relatifs aux conditions de réussite des filières (Barjolle, Sylvander, 2002 ; Scheffer, 2002). Les démarches territoriales impliquant les acteurs des filières AOC, ou initiées par eux, doivent être constamment replacées dans la perspective du produit et de sa valorisation. En ce sens, il est important de montrer que l'inscription des filières d'appellation dans les dynamiques de développement mobilise des ressources de différente nature (compétences, notoriété du territoire, activité touristique...) et participe de ce fait directement à leur pérennité. L'ancrage des AOC implique donc des intérêts convergents entre logique sectorielle et logique territoriale.

C'est ainsi que la première partie de la thèse ("L'objet de recherche et les enjeux inhérents au lien entre AOC et développement : une analyse en termes d'ancrage territorial") réside d'une part dans l'explicitation de notre objet et du questionnement, et d'autre part dans la construction, rapidement évoquée ici, de notre modèle d'analyse. Le premier chapitre va permettre d'éclairer les AOC fromagères sous différents angles (juridique, productif, institutionnel), et de montrer que loin d'aller de soi, ce concept fondé sur le lien au lieu a au contraire suscité de nombreux débats, voire de vives oppositions. Ces débats sont d'ailleurs à l'origine des enjeux auxquels les appellations sont confrontées, tant au niveau de la PAC que de l'OMC, et justifient notre questionnement territorial centré sur l'évaluation (chapitre 1).

Les deux chapitres suivants seront dès lors consacrés à l'élaboration de la grille d'analyse. Dans un premier temps, c'est la dimension territoriale du fonctionnement des filières qui retiendra notre attention. Une revue de la littérature géographique et économique sur ce thème permettra de mettre en évidence d'une part la complexité des relations entre territoire et filière, et d'autre part les deux fondements du concept de territoire : la construction et l'imprégnation (chapitre 2). A partir de cet acquis, une modélisation de l'ancrage territorial sera proposée, puis confrontée aux différentes approches du développement territorial. A partir des concepts clés que sont la ressource et la coordination, les outils théoriques permettant de rendre compte de la place des AOC dans le processus de développement seront alors exposés (chapitre 3).

Le dernier chapitre de cette partie posera quant à lui les jalons méthodologiques de notre étude, fondés sur une approche compréhensive des pratiques et des représentations des acteurs, ainsi que sur une recherche de diversité dans le choix des terrains à enquêter. Afin de rendre compte au mieux de la complexité productive des filières, la notion de "pôle AOC" sera proposée, dans le but d'envisager, et d'explicitier, quatre ensembles régionaux, caractérisés par des liens plus ou moins forts entre différents systèmes AOC (chapitre 4).

Dans la deuxième partie ("Le concept d'ancrage à l'épreuve du réel : l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement territorial"), il s'agira de confronter le modèle avec la réalité du terrain, et d'éprouver ainsi sa pertinence. Deux éclairages du développement seront ainsi abordés.

Le cinquième chapitre portera sur les apports des appellations en termes productifs, tant au niveau de l'activité économique que des ressources générées. Dans un premier temps, différents aspects de la contribution des AOC aux territoires seront évoqués. Nous verrons ainsi que l'évaluation quantitative de leur poids économique se révèle complexe, et prend toute sa signification à travers une mise en perspective historique de la protection juridique des produits. D'autres aspects mettront ensuite l'accent sur l'attractivité des bassins de production et sur les pratiques et les représentations des acteurs au niveau individuel. Dans un second temps, nous nous intéresserons au processus de spécification de ressources liées à l'activité productive, et sur la place des AOC dans ce processus. A travers la confrontation entre une analyse monographique de la trajectoire des quatre pôles AOC et une approche comparative, une série d'indicateurs aptes à rendre compte du fonctionnement de la filière en tant que système productif localisé sera proposée (chapitre 5).

Le sixième chapitre sera l'occasion d'élargir l'analyse à l'ensemble des acteurs du territoire, et d'envisager les dynamiques de coordination entre différentes sphères (acteurs des filières AOC, élus, professionnels du tourisme...). Comme pour le chapitre précédent, la réalisation de monographies régionales sera complétée d'une approche comparative. De nouveaux indicateurs permettront d'évaluer le rôle joué par les AOC dans les dynamiques de qualification des territoires. Ce chapitre se différencie toutefois du précédent dans la mesure où sera également réalisée une deuxième approche, cette fois-ci à l'échelle locale, des processus de développement et de construction de paniers de biens. L'identification de systèmes locaux fondés sur une municipalité, une entreprise relevant d'une filière AOC, ou un autre acteur privé, débouchera sur la réalisation d'une typologie (chapitre 6).

Enfin, il sera temps, dans un septième et dernier chapitre, de revenir sur un certain nombre de résultats issus de la recherche, et sur les perspectives scientifiques et professionnelles qu'ils permettent d'ouvrir. La pertinence de la notion de pôle AOC sera questionnée, aussi bien dans sa capacité à rendre compte de la réalité qu'en tant qu'outil d'aide à la décision. Les apports de l'approche en termes d'ancrage pour l'analyse du développement seront à leur tour interrogés, ce qui permettra d'introduire deux idées clés, pour la recherche comme pour l'action : le "dialogue entre professionnels", et les "intérêts potentiellement convergents" des démarches territoriales. Finalement, il conviendra de montrer en quoi l'ancrage peut aussi se révéler un outil pertinent pour clarifier les débats relatifs à la révision des cahiers des charges AOC, cruciaux dans une perspective de développement. A travers la recherche d'un équilibre entre des intérêts divergents (développement agricole, typicité, impératifs commerciaux) et le nécessaire accompagnement des évolutions, c'est en effet de la pérennité même des filières et des bassins de production qu'il sera question (chapitre 7).

## *Première partie*

---

**L'objet de recherche et les enjeux inhérents  
au lien entre AOC et développement :  
une analyse en termes d'ancrage territorial**

## **Chapitre 1**

### **L'AOC comme objet transversal face aux enjeux institutionnels et commerciaux**

#### **Vers l'émergence d'un questionnement en termes de développement**

En tant qu'objet de notre recherche, l'Appellation d'Origine Contrôlée apparaît d'emblée comme complexe et multiple, dans la mesure où elle est inscrite dans de nombreuses dimensions :

- institutionnelle, à travers le principe de reconnaissance juridique de l'origine comme facteur de qualification du produit,
- économique, à travers l'activité productive et commerciale générée par les filières,
- culturelle, à travers la dimension patrimoniale des produits dits "de terroir",
- identitaire, à travers l'idée de consubstantialité entre le produit, son espace et le groupe social qui en est à l'origine,
- naturelle enfin, à travers les liens entre les qualités du produits et les caractéristiques physiques du territoire où il est fabriqué.

L'AOC se situe donc au carrefour de ces différents aspects, elle est en cela une expression particulièrement représentative d'une Géographie Classique qui se voulait une discipline de synthèse entre les sciences de la nature et les sciences de l'homme. L'appellation n'en est pas pour autant un objet uniquement tourné vers le passé, symbole d'une ruralité et de valeurs traditionnelles qui auraient disparu. Le concept d'AOC questionne également des enjeux tout à fait contemporains, liés nous allons le voir à la pérennité même de l'activité agricole, mais plus largement au développement de nombreux espaces, en France comme ailleurs, ainsi qu'à des valeurs sociétales particulières.

Face à cette complexité et cette hétérogénéité, ce chapitre vise donc à fournir un certain nombre d'éclaircissements et à mieux saisir les particularités de cet objet. Si l'objectif premier est la caractérisation, la vocation de ce chapitre n'est pas uniquement descriptive. Il s'agit également de "mettre en scène" le principe d'appellation et de le confronter à ses principaux défis, afin de parvenir à une vision d'ensemble plus dynamique. A l'origine de notre questionnement, ces défis de nature institutionnelle et commerciale sont aujourd'hui autant de menaces potentielles qui remettent fortement en cause le principe même de l'appellation tel qu'il existe en France.

Ainsi, la première partie visera à présenter le concept d'AOC à partir de différents angles d'attaque, afin d'en donner une vue aussi exacte et complète que possible. Les dimensions identifiées montreront qu'au-delà de sa diversité, cet objet ne va pas de soi et pose d'importantes questions aux sciences sociales. La deuxième partie sera quant à elle consacrée aux enjeux européens et mondiaux auxquels les filières AOC sont aujourd'hui confrontées qui, loin d'évacuer le local, introduisent au contraire la nécessité d'un questionnement fondé sur le territoire et les dynamiques de développement.



# **I. L'AOC vue à travers différents éclairages : entre complexité et diversité**

L'objectif de cette première partie est de caractériser notre objet de recherche. Pour ce faire, une approche juridique de l'histoire du concept d'appellation permettra de mettre en évidence les principes qui le sous-tendent. Loin d'apporter uniquement des réponses, les questions soulevées montreront tout l'intérêt que représente l'AOC pour les sciences sociales, et pour la Géographie en particulier. La dimension juridique ne doit cependant pas occulter la réalité productive, l'extrême diversité des filières à l'échelle locale n'empêchant pas une évolution relativement similaire à celle de la filière laitière et fromagère conventionnelle. Cette diversité se retrouve également à travers l'histoire institutionnelle des AOC fromagères, qui révèle un clivage idéologique entre une vision que l'on pourrait qualifier de patrimoniale et une vision davantage "marchande". C'est donc pour faire apparaître le caractère multidimensionnel de ces filières qu'il convient d'explicitier ces différents éclairages.

## **1. La dimension juridique : un concept qui ne va pas de soi**

L'examen rapide des principes qui fondent l'AOC nous permettra ensuite de nous intéresser à l'histoire juridique du terme, histoire qui démontrera toute la difficulté à cerner cet objet, qui pose finalement davantage de questions qu'il n'apporte de réponses.

### **1.1. Les principes généraux de l'AOC**

L'arsenal juridique dont disposent aujourd'hui les pouvoirs publics français en matière de produits de qualité est le résultat d'une histoire particulière. Les différents signes officiels de qualité (Appellation d'Origine Contrôlée, Label Rouge, Label Régional, Certificat de Conformité Produit, Agriculture Biologique, dénomination Montagne) sont nés à différentes époques de la volonté des acteurs politiques comme professionnels de définir et protéger les denrées alimentaires contre les usurpations, et de contribuer au maintien du monde rural et agricole à travers une meilleure valorisation des produits<sup>2</sup>. Ces différentes législations ont ensuite servi de cadre aux travaux communautaires relatifs à la mise en place en 1992 de l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) et de l'Indication Géographique Protégée (IGP).

L'Appellation d'Origine Contrôlée est le plus ancien des signes de qualité français. Officiellement née avec la loi de 1919, l'AOC est aujourd'hui encore fondée sur le même principe : la garantie d'un lien entre les qualités d'un produit et les caractéristiques d'un territoire. Les différents codes renvoient ainsi à une même définition générale : "*Constitue une appellation d'origine la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains*"<sup>3</sup>. Si l'écrasante majorité des appellations correspondent en effet à un lieu, on trouve malgré tout au moins une exception dans les fromages : le Reblochon, qui désigne au départ une pratique, et

---

<sup>2</sup> Pour une explicitation de chacun de ces signes, voir notamment le rapport du Conseil Economique et Social présenté par G. Louis, intitulé "*Qualité et origine des produits agricoles et alimentaires*" (2001) ; voir également le rapport sur la notion de qualité du Conseil National de l'Alimentation, réalisé par B. Sylvander (2002).

<sup>3</sup> Article L. 115-1 du Code de la Consommation, article L. 641-1 du Code Rural. A noter que cette formulation est déjà présente telle quelle dans la loi de 1919 (article A).

non pas un espace particulier. Cette causalité entre produit et espace permet quoi qu'il en soit à l'AOC de se différencier fondamentalement des simples indications de provenance, qui mentionnent aussi une origine, mais sans que celle-ci ait des conséquences sur la qualité des produits. S. Scheffer classe les différents signes de qualité selon trois approches différentes :

- territoriale (lien produit / espace),
- qualitative (niveau de qualité supérieur dans l'élaboration, cas du label rouge),
- axée sur le mode de production (fabrication spécifique, mais pas forcément de qualité supérieure, comme la mention "Agriculture Biologique").

L'auteur place bien entendu l'AOC dans le premier groupe, avec l'AOP, l'IGP et la dénomination "Montagne" (Scheffer, 2002). Ce principe du lien entre un produit et son espace de production – on parle aussi de terroir – introduit immédiatement une deuxième idée forte : la non-reproductibilité. En effet, la reconnaissance d'une AOC implique nécessairement la mise en place d'une zone délimitée, hors de laquelle la fabrication du produit considéré est juridiquement impossible. Les professionnels désireux doivent donc faire la preuve de ce lien, désigné aussi par le terme de "typicité", définie par les spécialistes de la qualité comme la propriété d'appartenance d'un produit à un type, qui le distingue des produits similaires à travers les caractéristiques du terroir où a lieu la fabrication. Ce principe de non-reproductibilité est sous-tendu par le postulat selon lequel chaque terroir revêt des caractères uniques. La transposition des caractéristiques du terroir à la qualité du produit se réalise selon des modalités diverses. Elle renvoie aux facteurs naturels et humains auxquels fait référence la loi. Le terroir comporte donc une dimension purement agronomique (conditions pédoclimatiques), mais aussi technique à travers les savoir-faire et les pratiques des individus. Enfin, les traditions et les usages jouent également un rôle déterminant (dimension culturelle et historique) : *"Un terroir est un espace géographique délimité où une communauté humaine a construit au cours de l'histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires socio-techniques mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité, et engendrent une réputation pour un produit originaire de ce terroir"* (Casabianca, Sylvander, Noël, Béranger, Coulon, Roncin, 2005, p. 12).

En ce sens, l'AOC apparaît donc comme un objet spécifique. Son essence même amène d'ailleurs à s'interroger sur l'appellation en tant que signe de qualité. En effet, dans l'absolu, il ne s'agit pas d'attester d'une qualité supérieure comme le label rouge, mais de l'origine d'un produit. Elaboré pour tout produit bénéficiant d'une AOC, le cahier des charges vise en premier lieu à définir et protéger des pratiques traditionnelles spécifiques. Dans les faits, cet objectif induit malgré tout le plus souvent une qualité accrue. Initiée à partir de 1990, la démarche impulsée par l'Institut National des Appellations d'Origine en vue de réviser les cahiers des charges des appellations fromagères tend à renforcer ce lien et à positionner l'AOC comme une garantie de qualité à part entière. Ce statut particulier est quoi qu'il en soit fondamental dans l'optique de notre démarche.

Si les principes demeurent inchangés, l'histoire juridique des AOC se caractérise en revanche par d'importantes évolutions dans la manière de les appréhender. Les différents textes de loi qui se sont succédés depuis le début du siècle font en effet apparaître des questions fortes, qui sont aujourd'hui encore à l'origine des difficultés éprouvées pour faire reconnaître le bien-fondé de ce type de protection à l'échelle européenne comme mondiale.

## 1.2. La construction juridique des AOC : les ambiguïtés du lien produit / terroir

Notre ambition n'est pas ici de réaliser une analyse exhaustive de l'histoire des appellations d'origine<sup>4</sup>, mais d'en préciser les principales étapes, en montrant d'une part la succession des différentes visions qui ont présidé à l'élaboration des textes (administrative, judiciaire, professionnelle et technique), et d'autre part toutes les difficultés rencontrées par le législateur dans la construction progressive de ce dispositif juridique.

L'émergence du concept d'appellation d'origine est intimement liée à l'histoire de l'activité viticole française. Les crises engendrées par l'apparition du phylloxéra (années 1860) sont à l'origine de nombreuses fraudes visant à satisfaire la demande. Du fait des progrès techniques et chimiques réalisés à cette époque, les cas d'usurpation sont innombrables et vont jusqu'à provoquer des émeutes chez les vignerons, notamment dans le Languedoc. La mise en place des syndicats viticoles à partir de 1885 s'inscrit dans une perspective de lutte contre ces fraudes. Les viticulteurs parviennent ainsi à faire voter un texte fondateur : la loi du 1<sup>er</sup> août 1905 relative à la répression des fraudes. L'idée d'appellation d'origine est présente, puisque le texte octroie aux pouvoirs publics la possibilité de reconnaître et de protéger les produits. Suite à cette loi, plusieurs décrets seront publiés en vue de délimiter un certain nombre de régions viticoles (Champagne, Bordeaux, Cognac...). Toutefois, ces décisions souvent arbitraires prises loin de la réalité du terrain provoquent de violents conflits à l'échelle locale, comme par exemple en Champagne. La voie administrative trouve ici ses limites et amène les pouvoirs publics à réfléchir à d'autres modalités de protection.

La loi du 6 mai 1919 marque la naissance officielle des appellations d'origine en tant qu'outil juridique. En premier lieu rédigé pour le Champagne, le texte instaure une réglementation spécifique à ce produit fortement usurpé, et introduit une procédure non plus administrative, mais judiciaire, en confiant le soin aux juges de délimiter les aires de production. Désormais, les appellations d'origine vont donc s'obtenir – ou non – par des procès qui vont très souvent conditionner la destinée de certains bassins de production à long terme<sup>5</sup>. La complexité technique des problèmes de protection et de délimitation rend cependant difficile le travail des tribunaux. Le dispositif n'apparaît donc pas encore satisfaisant aux yeux de nombreux interlocuteurs. Pour remédier à ce problème, une nouvelle étape est franchie avec le décret-loi du 30 juillet 1935, qui crée le Comité National des Vins et Eaux de Vie, un organisme technique regroupant des professionnels et des personnes qualifiées, spécialisé dans la délimitation des zones viticoles. Ce comité, qui deviendra l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) en 1947, introduit une perspective technique dans la procédure de reconnaissance. Les appellations d'origine viticoles deviennent dès lors "contrôlées". C'est à travers la loi du 28 novembre 1955 que ce régime sera étendu aux fromages, avec la création du Comité National des Appellations d'Origine Fromagères (CNAOF), qui restera malgré tout distinct de l'INAO. L'extension à l'ensemble des produits alimentaires sera effective en 1966. Ces différents statuts sont finalement harmonisés en 1990 avec la loi du 2 juillet, qui confie à l'INAO la gestion de l'ensemble des produits alimentaires. Depuis cette date, la reconnaissance en AOC se réalise selon une procédure unique, fondée sur plusieurs allers-retours entre le syndicat professionnel et l'INAO via une commission

---

<sup>4</sup> Ce travail a déjà été réalisé de manière très claire et très complète. On renvoie notamment le lecteur aux chapitres consacrés à cette question dans les thèses de C. Delfosse (1992) et de S. Scheffer (2002).

<sup>5</sup> Au sujet des fromages, on pense notamment aux procès perdus par les professionnels du Camembert en 1926 ou du Crottin de Chavignol en 1965, qui ont fait entrer ces dénominations dans le domaine public.

d'enquête<sup>6</sup>. Les cahiers des charges correspondant aux appellations obtenues avant cette date dans le cadre d'autres dispositifs vont donc faire l'objet d'une révision, comme c'est le cas pour de nombreuses AOC fromagères, nées sous l'égide du CNAOF.

Tel qu'il existe aujourd'hui, le concept d'appellation d'origine a donc connu d'importantes mutations, même si le principe de base est resté le même. Les procédures administratives, puis judiciaires, ont progressivement laissé la place aux compétences techniques de l'INAO, seul organisme apte à garantir de manière la plus objective possible le lien entre le produit et son terroir. Cette mobilisation accrue de compétences spécifiques avait vocation à résoudre les nombreux conflits occasionnés par des délimitations souvent arbitraires, et de ce fait peu crédibles au vu des principes énoncés plus haut. Ce rapide tour d'horizon illustre la difficulté de mise en œuvre d'une protection de l'origine des produits, et les nombreux questionnements suscités par une telle politique. Ces difficultés sont en partie imputables à l'extrême complexité des liens qui unissent la qualité d'un produit et les caractéristiques d'un terroir, et dont l'appréhension est très longtemps restée empirique, alors qu'il s'agit du fondement même de la protection. Les travaux récents visant à mieux caractériser les fromages AOC ont vocation à combler cette lacune<sup>7</sup>. La question est malgré tout demeurée constante : le lien au terroir, au-delà de son caractère méconnu et difficile à identifier, est-il suffisant pour octroyer une exclusivité à un territoire, avec les conséquences économiques que cela implique ? Nous verrons plus loin que cette interrogation est centrale dans la légitimation du concept d'appellation.

Au-delà de ces interrogations fortes, les principes qui viennent d'être évoqués font de l'AOC un objet de recherche particulièrement intéressant pour les sciences sociales, et plus particulièrement la Géographie, dans la mesure où il questionne directement la place de l'activité humaine dans son environnement, et par-là même les liens entre espace et société.

### **1.3. L'AOC, un objet transversal qui questionne les sciences sociales**

La propension de l'AOC à interroger les chercheurs est en effet une caractéristique majeure de cet objet. Les multiples dimensions (agronomiques, culturelles, sociales) qui fondent le lien au terroir nécessitent en effet une approche pluridisciplinaire de l'objet. L. Bérard et P. Marchenay mettent ainsi en évidence le caractère transversal des produits de terroir dans leur ensemble – et donc des AOC – dans la mesure où ils relèvent de processus à la fois biologiques et culturels. De plus, ces produits sont toujours issus d'organisations sociales particulières (Bérard, Marchenay, 2004). Les AOC renvoient en effet aussi bien à des interrogations économiques que sociologiques, dans la mesure où la fixation juridique d'une activité sur un espace constitue un cadre particulier pour l'étude des dynamiques de développement, ce qui intéresse directement les chercheurs en Economie Spatiale comme en Economie Régionale. Les coordinations entre les acteurs au sein de la filière – regroupés dans les syndicats d'appellation – questionnent également l'Economie des Conventions, et par-là même la Sociologie des Organisations, au travers des enjeux de pouvoir. Enfin, les AOC sont

---

<sup>6</sup> Pour une explication de cette procédure, voir le chapitre écrit par C. Delfosse et M.-T. Letablier "*Genèse d'une convention de qualité, le cas des appellations d'origine fromagères*", paru dans l'ouvrage dirigé par G. Allaire et R. Boyer "*La grande transformation de l'agriculture*" (1995).

<sup>7</sup> Voir les recherches menées dans le cadre du partenariat INRA / INAO, et à l'échelle régionale les travaux dirigés par le GIS Alpes du Nord ([www.alpes-du-nord.com/gis](http://www.alpes-du-nord.com/gis)) et le Pôle Fromager Massif Central ([www.pole-fromager-aoc-mc.org](http://www.pole-fromager-aoc-mc.org)), qui concernent la qualité et la typicité des produits.

également liées aux préoccupations des sociologues de l'alimentation et des anthropologues, du fait des dimensions culturelles et identitaires liées aux savoir-faire.

Dans une perspective géographique, le concept d'appellation se révèle également intéressant car il désigne un produit faisant le plus souvent référence à une origine. Ce lien au lieu apparaît fondamental et questionne l'approche géographique dans la mesure où la démarche d'obtention d'une AOC induit la délimitation d'une aire, et contribue de ce fait à la construction d'un territoire différencié. Par ailleurs, la diversité potentielle des types d'acteurs impliqués dans un syndicat AOC<sup>8</sup> positionne ces filières à l'intersection de préoccupations locales ou régionales (maintien de la production, gestion de la qualité, animation du territoire...) et de dynamiques globales (distribution, concurrence, réforme de la PAC, négociations commerciales...). Cette situation d'interface introduit la question de l'emboîtement de ces différentes échelles. Enfin, au même titre que les économistes, l'AOC interroge les géographes intéressés par le développement territorial. Outre l'activité économique induite par la filière, le dispositif juridique constitué par l'appellation introduit une discontinuité spatiale ayant une influence sur les dynamiques locales de développement.

Ces quelques remarques montrent à quel point l'AOC touche l'ensemble des dynamiques à l'œuvre dans le processus de construction territoriale (économique, sociale, politique, identitaire, culturelle). Si la problématique du lien au terroir rend effectivement pertinente l'inscription de cet objet dans une géographie classique des liens entre nature et société, le caractère transversal de l'AOC légitime également une approche davantage axée sur les dynamiques socioéconomiques. C'est d'ailleurs principalement dans cette deuxième perspective que s'inscrit notre propre recherche. Cette posture nous amène à privilégier maintenant la dimension productive de l'AOC. En effet, derrière le dispositif juridique de l'appellation, se cache une réalité économique qu'il est nécessaire d'identifier et de caractériser. Cette approche davantage quantitative constitue le second éclairage de l'objet.

## **2. La diversité des AOC dans leur réalité productive**

L'analyse globale de l'importance économique des appellations fromagères vis-à-vis de la production laitière dans son ensemble sera complétée dans un second temps par un examen plus fin de la diversité des différents systèmes qui composent la filière AOC. Cette démarche nous amènera à réfléchir sur la très forte proximité entre production conventionnelle et production d'appellation, et à nuancer quelque peu les spécificités de cette dernière.

### **2.1. AOC fromagères et poids économique : données de cadrage**

A l'échelle nationale, les filières bénéficiant d'un signe officiel de qualité (AOC, label, AB, CCP) ont un poids économique considérable, elles ont généré en 2002 environ 20 milliards d'euros (127 milliards de francs), ce qui représente 10 % du chiffre d'affaires de la production agricole nationale<sup>9</sup>. Sur ce total, les appellations viticoles représentent à elles seules près de 15 milliards d'euros<sup>10</sup> (18 milliards pour l'ensemble des produits AOC). Les fromages constituent la deuxième famille de produits d'appellation avec près de 2 milliards

---

<sup>8</sup> Dans le cas des appellations fromagères, ces acteurs peuvent être des producteurs de lait, des producteurs fermiers, des artisans et des groupes industriels, privés ou coopératifs.

<sup>9</sup> Source : Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 2003.

<sup>10</sup> Source : Institut National des Appellations d'Origine, 2003.

d'euros de chiffre d'affaires<sup>11</sup>. Leur poids se révèle donc relativement modeste en termes économiques, mais plusieurs spécificités sont à souligner. Ces produits sont d'une part issus d'une activité particulière, l'élevage, et d'une matière première, le lait, dont les modes de transformation possibles sont extrêmement variés. Outre les différents types de produits<sup>12</sup>, les fromages présentent une offre commerciale a priori plus large que les vins. En effet, mis à part les éléments de base (lait de consommation, beurre...) les produits AOC coexistent avec des fromages génériques aux caractéristiques souvent proches, et avec un ensemble de produits d'innovation. Cette cohabitation est assurément une particularité des produits laitiers vis-à-vis des produits viticoles. En termes d'emplois, la filière AOC fromages concerne 480 entreprises de fabrication, privées ou coopératives, 23 000 producteurs de lait et environ 1 550 producteurs fermiers<sup>13</sup>. Réalisé en 2000, le Recensement Général Agricole fait état de 132 000 exploitations laitières, les AOC représenteraient donc 17 % de cet ensemble, et aux alentours de 3,5 % des exploitations totales.

## 2.2. La production de fromage AOC au sein de la filière laitière et fromagère française

En 2004, les 480 entreprises de la filière ont fabriqué 193 929 tonnes de fromage AOC, ce qui représente entre 17 et 18 % de la production de fromages affinés en France, proportion assez proche de celle du nombre de producteurs. Notons que 72 % de ce tonnage concerne des fabrications au lait cru, et 8 % des fabrications fermières. Les fromages au lait de vache dominant avec 85,2 % du volume total (29 produits sur 42), puis viennent les fromages de brebis (11,7 %, 3 produits) et les fromages de chèvres (3,1 %, 11 produits)<sup>14</sup>. Sur les quinze dernières années, la croissance de la production des fromages d'appellation est relativement soutenue, de l'ordre de 27 % entre 1991 et 2004 (tableau ci-dessous). Les AOC ont profité de la hausse de la consommation nationale de fromages dans leur ensemble, qui sur la même période connaît une évolution positive soutenue et régulière (+ 23 %)<sup>15</sup>.

**Tableau 1 : évolution de la production de fromages AOC en France (1991-2004)**

Années	Tonnes
1991	152 411
1992	156 023
1993	159 122
1994	166 862
1995	170 460
1996	170 018
1997	173 560
1998	181 052
1999	181 528
2000	186 546
2001	191 476
2002	193 958
2003	190 540
2004	193 929

Source : INAO, 2004.

<sup>11</sup> Aux 42 fromages AOC, il convient de rajouter deux beurres (Isigny et Charente Poitou) et une crème (Isigny).

<sup>12</sup> Pâtes molles type Camembert de Normandie, pâtes pressées cuites type Comté, pâtes pressées non cuites type Reblochon, pâtes persillées type Roquefort, fromages de chèvre...).

<sup>13</sup> Source : Institut National des Appellations d'Origine, 2003.

<sup>14</sup> Source : INAO, 2004. Notons que les produits laitiers AOC dans leur ensemble représentaient environ 216 000 tonnes en 2003 si l'on ajoute les beurres et crèmes.

<sup>15</sup> Source : Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière, 2004.

La croissance des fabrications AOC s'explique également par leur image positive auprès des consommateurs (plaisir, santé). Une étude<sup>16</sup> menée par le CIDIL met d'ailleurs en évidence les tendances de consommation suivantes :

- la recherche d'une alimentation équilibrée (enfants, adultes, personnes âgées),
- la recherche de produits de qualité et les exigences accrues en la matière,
- une plus grande vigilance accordée aux pratiques alimentaires et aux informations relatives aux produits, due à une situation jugée plus incertaine.

Cette évolution place désormais les Français au premier rang pour la consommation annuelle de fromage en compagnie des Grecs, avec près de 24,5 kilos par habitant (22,3 kilos en 1990), devant l'Italie et l'Allemagne<sup>17</sup>. Les chiffres des AOC, comme des fromages dans leur ensemble, font malgré tout état d'une stagnation, voire d'une baisse de la consommation au cours des deux dernières années, qui serait due en premier lieu à la hausse des prix dans la grande distribution. Dans ce contexte défavorable, les AOC ont connu pour la première fois une baisse de leur tonnage global en 2003 (-1,8 % par rapport à 2002) et subissent depuis quelques années une érosion de leur part de marché au profit des fromages dits modernes<sup>18</sup>. L'année 2004 semble toutefois amorcer une certaine reprise. Au-delà de ces chiffres généraux qui permettent de caractériser la filière AOC dans sa globalité, l'analyse ne doit pas occulter l'extrême diversité des systèmes productifs qui composent cette filière.

### **2.3. De la filière AOC fromagère aux AOC fromagères à l'échelle régionale et locale : derrière un dispositif commun, une extrême hétérogénéité de situations locales**

Derrière un cadre juridique commun, les 42 filières bénéficiant d'une appellation renvoient à des situations très disparates. Outre les types de lait (vache, chèvre, brebis) et de produit (pâte molle, pâte pressée, pâte persillée...), qui correspondent à des technologies différentes, les AOC fromagères constituent aussi bien des systèmes productifs d'envergure, comme le Comté (43 500 tonnes en 2004), que des systèmes très localisés (Banon : 56 tonnes ; Chevrotin : 91 tonnes). Le tableau ci-dessous montre d'un côté une certaine concentration de la production, puisque les six AOC les plus importantes en tonnage représentent près des deux tiers du volume total (64 %). D'un autre côté, l'atomisation semble prévaloir, les 19 plus petites appellations fromagères comptent en effet pour moins de 5 % des tonnages. De même, la date d'obtention de l'appellation conditionne aussi la structure et le fonctionnement des systèmes productifs, tant au niveau du régime juridique (administratif, judiciaire, technique) que du contexte économique et commercial de l'époque.

---

<sup>16</sup> Source : CIDIL, 2002, *Situation de l'AOC fromage et conditions d'un nouveau développement*, MFR Stratégies, études Marketing, 77 p.

<sup>17</sup> Source : CNIEL – Eurostat, 2003.

<sup>18</sup> Voir à ce sujet le dossier réalisé par A.-C. Renard dans la Revue Laitière Française (n°652) : *Filières AOC fromagères, un avenir sous conditions*, pp. 18-26.

**Tableau 2 : la production des 42 AOC fromagères en 2004**

Dénomination	Tonnage (t.)	Dénomination	Tonnage (t.)
Comté	43 555	Neufchâtel	1 114
Roquefort	18 831	Sainte-Maure de Touraine	1 103
Cantal	18 828	Rocamadour	984
Reblochon	16 637	Epoisses	877
Saint-Nectaire	13 369	Bleu des Causses	866
Camembert de Normandie	12 747	Laguiole	781
Munster	7 625	Selles sur Cher	747
Brie de Meaux	6 965	Tome des Bauges	594
Bleu d'Auvergne	6 541	Picodon	577
Morbier	6 458	Chabichou du Poitou	553
Fourme d'Ambert	6 068	Bleu de Gex	516
Beaufort	4 410	Fourme de Montbrison	512
Mont d'Or	3 724	Brocciu	494
Ossau Iraty	3 352	Langres	363
Pont-l'Evêque	3 231	Valençay	348
Maroilles	2 538	Poulligny Saint-Pierre	296
Chaource	2 194	Brie de Melun	219
Abondance	1 509	Pélardon	213
Salers	1 393	Bleu du Vercors Sassenage	169
Livarot	1 343	Chevrotin	91
Crottin de Chavignol	1 138	Banon	56

Source : INAO, 2004.

**Tableau 3 : l'année d'obtention des 42 AOC fromagères françaises**

Dénomination	Année d'obtention	Dénomination	Année d'obtention
Roquefort	1925	Ossau Iraty	1980
Bleu de Gex	1935	Mont d'or	1981
Comté	1952	Brocciu	1983
Bleu des Causses	1953	Camembert de Normandie	1983
Maroilles	1955	Picodon	1983
Saint-Nectaire	1955	Abondance	1990
Cantal	1956	Brie de Melun	1990
Laguiole	1961	Chabichou du Poitou	1990
Salers	1961	Sainte-Maure de Touraine	1990
Beaufort	1968	Epoisses	1991
Munster	1969	Langres	1991
Neufchâtel	1969	Rocamadour	1996
Chaource	1970	Bleu du Vercors Sassenage	1998
Pont l'Evêque	1970	Valençay	1998
Selles sur Cher	1970	Morbier	2000
Poulligny Saint-Pierre	1972	Pélardon	2000
Bleu d'Auvergne	1975	Fourme d'Ambert <sup>19</sup>	2001
Livarot	1975	Fourme de Montbrison	2001
Crottin de Chavignol	1976	Chevrotin	2002
Reblochon	1976	Tome des Bauges	2002
Brie de Meaux	1980	Banon	2004

Source : INAO, 2004.

<sup>19</sup> L'AOC Fourme d'Ambert et de Montbrison a été obtenue en 1972. Cette appellation a été scindée en deux produits distincts en 2001.



Les types d'acteurs impliqués illustrent également la diversité des structures productives des filières AOC. Outre les producteurs de lait, les éventuels producteurs fermiers peuvent commercialiser eux-mêmes leurs produits (on parle de producteurs fermiers en vente directe) ou les vendre "en blanc"<sup>20</sup> à des affineurs (privés ou coopératifs) qui terminent le travail et assurent ensuite la commercialisation. Il peut même arriver que certains affineurs rétrocèdent les fromages aux fermiers, une fois que ceux-ci sont passés dans les caves (affinage à façon). La production laitière est quant à elle collectée par des transformateurs, dont la taille (artisan, industriel) et le statut (privé, coopératif) varient d'une filière à l'autre. La cohabitation, parfois l'affrontement, de ces différents métiers sont ainsi une importante source de diversité. Une réflexion antérieure<sup>21</sup> nous avait amené à prendre en compte de manière plus large cette dimension historique. D'une part, il est important de considérer les conditions d'émergence institutionnelle (contexte de la PAC, de l'OMC) et économique (concurrence) de la filière, qui vont dépendre de la période d'obtention de l'AOC. D'autre part, si l'environnement extérieur joue un rôle considérable, les dynamiques inhérentes au contexte territorial sont tout aussi importantes : quels sont les acteurs à l'origine de la démarche ? Quels sont leurs objectifs ? Comment sont élaborées les règles (cahier des charges notamment) qui président au fonctionnement de la filière ?

Ces deux aspects – externe et interne – renvoient directement aux dynamiques territoriales locales et à l'insertion de la filière dans ces dynamiques. Ces dynamiques sont certes liées à la dimension agricole, mais sont également plus larges :

- importance économique locale et régionale de l'AOC (emplois agricoles et agroalimentaires directs, indirects et induits),
- dynamiques à l'œuvre dans les bassins de production (démographie, installation, dynamisme des acteurs, technicité, coûts de production...),
- relations entre les acteurs au sujet de la construction / révision du cahier des charges, négociations, compromis, blocages,
- mise en commun de moyens entre plusieurs filières à l'échelle régionale,
- enjeux de développement rural et de promotion territoriale<sup>22</sup>,

Ainsi, quel que soit l'éclairage, la diversité productive AOC est une donnée à prendre en compte, elle renforce la spécificité de ces filières et de leur fonctionnement. Toutefois, un certain nombre d'informations nous conduisent à nuancer cette impression. En dépit de ces spécificités incontestables, les appellations fromagères n'en demeurent pas moins liées à leur environnement économique, et se révèlent souvent des "produits comme les autres".

## **2.4. Des filières et des produits comme les autres ?**

La très forte proximité entre la production AOC et l'activité laitière et fromagère dans son ensemble se manifeste aussi bien en amont (production) qu'en aval (commercialisation) de la filière. En amont, les producteurs de lait AOC apparaissent relativement proches des producteurs conventionnels. Les dynamiques à l'œuvre dans les bassins de production, aussi bien à l'échelle régionale que nationale, touchent les appellations de la même façon. Tout juste les tendances lourdes liées aux restructurations peuvent parfois apparaître moins prononcées dans les régions AOC. Par ailleurs, en termes institutionnels, les produits d'appellation

<sup>20</sup> Les fromages en blanc correspondent à des fromages non encore affinés.

<sup>21</sup> Voir L. Couzinet, J. Frayssignes, (2002).

<sup>22</sup> Pour plus de détails sur ces facteurs territoriaux de diversité, voir J. Frayssignes (2005).

relèvent des mêmes réglementations françaises et européennes (Organisation Commune de Marché, quotas laitiers). Cette situation se révèle d'ailleurs problématique dans la mesure où comme nous le verrons plus loin, les évolutions en cours et à venir<sup>23</sup> concernent de manière indirecte les fromages d'appellation et peuvent se révéler pénalisantes, étant donné l'absence de statut particulier des AOC au sein de la Politique Agricole Commune. En ce qui concerne la commercialisation, la proximité apparaît encore plus flagrante. L'évolution positive de la production présentée plus haut en atteste. Cette évolution s'explique en grande partie par le développement de la grande distribution, structurée aujourd'hui autour de quelques grands intervenants. Le CIDIL estime que 95 % des achats de fromages se réalisent aujourd'hui dans les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), au sein desquelles le Hard Discount progresse régulièrement depuis quelques années. Auparavant dominant, le circuit traditionnel (supérettes, crémeries...) se maintient tant bien que mal à des niveaux très modestes, malgré un certain regain au cours des dernières années. Ce bouleversement qui a touché l'ensemble des produits alimentaires a englobé les AOC fromagères, même si celles-ci parviennent à conserver une place encore significative dans le circuit traditionnel. Le Hard Discount est également moins prégnant, étant donné l'absence de rayon coupe dans ces magasins (tableau).

**Tableau 4 : la segmentation du marché du fromage en France et la place des AOC (2003)**

Parts de marché (en volumes)	Ensemble des fromages	Fromages AOC
<b>Hard Discount</b>	17,5 %	13,3 %
<b>Hypermarchés</b>	43,6 %	42,1 %
<b>Supermarchés</b>	32,4 %	31,2 %
<b>Total GMS</b>	<b>93,5 %</b>	<b>86,6 %</b>
<b>Circuit traditionnel</b>	6,5 %	14,4 %

Source : CIDIL, SECODIP, 2003.

Outre le poids écrasant de la GMS, l'autre grande évolution subie par la production fromagère concerne le transfert des ventes de la coupe vers le libre service. Amorcé il y a une dizaine d'années, ce processus semble aujourd'hui irréversible, il est principalement dû à la désaffection des consommateurs pour le rayon coupe (attente jugée trop longue, prix élevés). Entre 1995 et 2003, la part de ce rayon a ainsi chuté de près de 20 %, tandis que le libre service progressait dans le même temps de 17 %, pour atteindre aujourd'hui environ 85 % des parts de marchés en volumes. Du fait de leur caractère traditionnel, les fromages AOC ont toujours été fortement présents à la coupe, qui est longtemps restée leur circuit de prédilection. Toutefois, à l'instar du reste de la production, le transfert est là aussi inexorable. En 1996, la coupe représentait encore 45 % des achats de fromages d'appellation, ce chiffre n'est plus que de 35 % en 2003<sup>24</sup>. Ainsi, même s'il témoigne d'une bonne résistance pour diverses raisons (différenciation plus aisée des produits, conseils à la clientèle...), le rayon coupe continue de perdre du terrain, ce qui oblige les professionnels à adapter leurs fromages aux exigences technologiques et commerciales du libre service (conservation, emballage, packaging), ce qui a d'ailleurs tendance à gommer leurs spécificités.

<sup>23</sup> Baisse des prix d'intervention sur le beurre et la poudre de lait, suppression des quotas à l'horizon 2014.

<sup>24</sup> Source SECODIP, 2003.

Enfin, l'important développement des Marques de Distributeurs (MDD<sup>25</sup>) au cours des vingt dernières années constitue la dernière tendance lourde jouant un rôle décisif dans l'évolution de la production fromagère globale. Concernant au départ des produits de moins bonne qualité, les MDD ont connu une inflexion qualitative et sont aujourd'hui des outils marketing à part entière. Les grandes enseignes de distribution ont ainsi mis en place des marques thématiques fondées sur la qualité et l'origine des produits, en partie à destination des produits d'appellation ("Reflets de France" pour Carrefour, "Nos Régions ont du Talent" pour Leclerc...). Pour des raisons diverses, la plupart des entreprises fromagères présentes dans les filières AOC commercialisent une part variable de leur production sous marque de distributeur. Les grandes entreprises y voient un moyen d'écouler des volumes plus importants à des prix garantis, tandis que les plus petites bénéficient d'une communication nationale, impossible autrement. Pour ces dernières, les MDD constituent donc davantage un point de passage obligé qu'une réelle stratégie. Si les marques de distributeurs ont permis à de nombreuses appellations "confidentielles" de sortir de leur région d'origine et de toucher un large public à travers une diffusion nationale, ce système suscite néanmoins d'importants débats dans les filières AOC. Pour les grands groupes ayant fondé leur stratégie sur des marques commerciales associées à l'appellation, les MDD sont parfois perçues comme des menaces, du fait de leur tendance à s'approprier l'image et la valeur ajoutée du produit. Du point de vue des fabricants, la possession d'une marque nationale procure en effet une indépendance accrue vis-à-vis du distributeur, elle constitue un point de repère, et permet un contact direct avec les consommateurs.

La forme la plus aboutie de cette démarche réside dans la mise en place par l'enseigne de règles de production fixées en partenariat avec les fournisseurs. Créée en 1990, la "Filière Qualité Carrefour" (FQC) a renforcé les liens entre les intervenants, puisque les produits bénéficiant de ce nouveau label ont dû se plier à un cahier des charges spécifique. La proximité avec les signes officiels de qualité se révèle donc très forte (qualité, origine, traçabilité, contrôles effectués par un organisme indépendant). Au cours des dernières années, cette filière a intégré dans sa gamme des fromages AOC à travers des partenariats avec des entreprises commercialisation du Cantal, du Reblochon et plus récemment du Camembert de Normandie. Les vifs débats suscités par ces nouveaux partenariats s'expliquent par le fait que les contraintes de la marque FQC vont fréquemment au-delà des règles fixées par le cahier des charges AOC (alimentation des animaux, race...). Cette situation a été perçue comme une ingérence des distributeurs dans le fonctionnement des filières, le sentiment de dépossession de l'appellation ressenti par certains acteurs étant susceptible de remettre en cause l'utilité même du concept. Cette propension des MDD à questionner les pratiques professionnelles quant aux fondements mêmes des produits AOC est donc une donnée essentielle<sup>26</sup>.

Ces importantes évolutions contribuent quoi qu'il en soit à une certaine dilution. Du point de vue des consommateurs, les fromages d'appellation apparaissent souvent trop peu différenciés du reste de l'offre commerciale. Les études réalisées à ce sujet<sup>27</sup> montrent

---

<sup>25</sup> Nées dans les années 1930, les MDD sont des marques développées par une entreprise de distribution désireuse de maîtriser encore davantage les coûts inhérents à la commercialisation des produits. Depuis les années 1980, les MDD entrent en concurrence directe avec les marques commerciales classiques, notamment pour ce qui est de l'alimentation. Leur prix moins élevé permet au distributeur de s'octroyer une marge de manœuvre accrue face au fabricant. Plus de 30 % des produits vendus en France sont des MDD en juillet 2005 (source : SECODIP).

<sup>26</sup> Voir l'intéressant dossier réalisé par F. Vacheret, paru dans la revue *Linéaires* en 1999 (n°141) : *AOC, l'avenir passera-t-il par les MDD ?* (pp. 104-105).

<sup>27</sup> Voir CIDIL, *Le label AOC et ses consommateurs – notoriété, réassurance* (2000), CIDIL, *La consommation de fromages AOC* (2001).

d'ailleurs en général une relative méconnaissance du concept d'AOC, et des signes de qualité dans leur ensemble. Si le label rouge bénéficie de la plus forte notoriété, du fait des importants moyens mobilisés pour sa promotion depuis 1960, l'AOC est d'abord associée aux vins, et assez peu aux fromages. Pour ces derniers, les mentions non officielles telles que "fermier", "lait cru" ou "moulé à la louche" se révèlent beaucoup plus évocatrices. La garantie de sécurité alimentaire et de l'origine est une valeur forte généralement perçue par les consommateurs, en revanche, la typicité d'un produit comme le fromage est beaucoup plus floue. De plus en plus intense, la concurrence de produits "marquetés" est souvent l'œuvre de fromages portés par une communication axée sur des valeurs d'authenticité et de tradition inhérentes à l'AOC. Des innovations peuvent même voir le jour avec comme seule ambition de venir concurrencer un produit AOC spécifique<sup>28</sup>. Par ailleurs, on assiste à un certain essoufflement de la tradition en tant qu'argument de vente. De plus en plus de consommateurs, notamment les jeunes, privilégient des fromages plus "modernes", au goût moins prononcé. Les préoccupations liées à la praticité des produits et à leur apport en termes de santé connaissent un important développement. Pour les fromages AOC, ce nouveau contexte n'est pas nécessairement aussi favorable, dans la mesure où la présence d'un cahier des charges induit une marge de manœuvre réduite en matière d'innovation.

En conclusion, sous le titre quelque peu provocateur de "produit comme les autres", il s'agissait de montrer que si l'AOC implique un fonctionnement particulier (règles de production), elle les différencie finalement peu de la production dite conventionnelle, tant en amont qu'en aval. Pour autant, aussi ténues soient-elles, les spécificités des AOC n'en sont pas moins réelles. Même s'il n'échappe pas au monde marchand, le principe d'une appellation, fondé sur la recherche de typicité, est un élément important. Accentuée par la reprise en main des AOC fromagères par l'INAO en 1990, cette recherche a d'ailleurs suscité des débats relativement tendus entre les représentants des différentes filières et mis à mal l'unité qui prévalait jusqu'alors. C'est cette histoire institutionnelle des fromages AOC qu'il convient d'évoquer maintenant. Ce nouvel éclairage de notre objet d'étude permettra en effet de montrer qu'en dépit d'une relativement convergence au cours des dernières années, le concept d'appellation, loin d'être consensuel, renvoie à des représentations sensiblement différentes d'un acteur à l'autre, et nous allons le voir d'un territoire à l'autre.

### **3. L'histoire institutionnelle des AOC fromagères comme révélateur du clivage idéologique : entre outil marketing et composante patrimoniale**

La mise en place du Comité National des Produits Laitiers (CNPL) en 1990 coïncide avec la reprise en charge par l'INAO des AOC fromagères, événement qui a bouleversé le fonctionnement des filières. Le lien au terroir est ainsi devenu central dans les échanges entre responsables des filières et agents de l'INAO. Par ailleurs, les débats entre professionnels ont mis en lumière un clivage idéologique entre des syndicats portés par une démarche d'abord marchande et des syndicats davantage fondés sur des valeurs patrimoniales.

---

<sup>28</sup> C'est le cas du "Saint-Agur" (lait de vache pasteurisé), concurrent du Roquefort (lait cru de brebis).

### 3.1. La prise en charge des AOC fromagères par l'INAO et la création du CNPL : vers une volonté de renforcement du lien au terroir

Déjà évoquée plus haut, la loi du 28 novembre 1955 avait étendu le régime des appellations d'origine contrôlées aux fromages, à travers la création du Comité National des Appellations d'Origine Fromagères (CNAOF). Placée sous la responsabilité du Ministère de l'Agriculture, cette structure regroupait des agents de l'administration et des professionnels. Les relations avec le terrain se réalisaient alors essentiellement via les chambres d'agriculture et les services de l'Etat (DDAF). Ces relations étaient avant tout de nature administrative, les appellations créées durant cette période étaient fondées sur des aires de fabrication, et non de production de lait. La démarche était donc relativement proche des marques collectives : *"Ce sont les élus qui s'impliquaient quelque peu. Et comme l'élu aime les retours assez rapides, il n'y avait pas ce temps de réflexion, d'analyse, d'élaboration"*<sup>29</sup>.

Face au succès commercial rencontré par les vins, les pouvoirs publics décident d'étendre les prérogatives de l'INAO à l'ensemble des produits alimentaires. La loi du 2 juillet 1990 supprime le CNAOF et crée le Comité National des Produits Laitiers (CNPL), qui est placé sous la tutelle de l'INAO<sup>30</sup>. Ce dernier va appliquer aux fromages des méthodes de travail et surtout une vision similaires à celles des AOC viticoles (mise en place de commissions d'experts, délimitation des zones fondée sur des critères scientifiques, recherche de typicité) : *"Les commissions d'enquête regroupent des professionnels issus de différentes régions, de différents contextes de production. Ça permet des échanges, c'est une fertilisation croisée très intelligente"*<sup>31</sup>. Sans qu'il soit possible d'affirmer avec certitude un éventuel durcissement dans les critères d'attribution de l'AOC, cette évolution bouleverse totalement les démarches en cours : *"A l'époque du CNAOF, il fallait en général justifier d'un certain tonnage, d'une certaine viabilité économique. Il fallait que les zones soient assez vastes pour que le produit ait un potentiel de développement suffisant. Certaines AOC ont éprouvé des difficultés pour se faire reconnaître, comme le Beaufort ou le Laguiole. Avec le CNPL, les pressions des professionnels et des politiques sont moins palpables. La démarche est beaucoup plus objective. Ce n'est plus une question de tonnage, on a reçu le Banon avec trente tonnes. Le problème, ce sont les conditions de production, sérieuses ou pas"*<sup>32</sup>. Les changements sont également importants au sein de l'INAO, qui doit s'adapter à une production totalement différente, et élargir ses compétences à une nouvelle problématique technique : *"En production fromagère, il y a la présence d'un intermédiaire supplémentaire par rapport au vin : c'est l'animal. En plus, l'INAO connaissait assez peu la situation des AOC fromagères. Devant cette disparité, je crois qu'ils n'étaient pas très emballés pour récupérer tout ce monde. Il a fallu embaucher des techniciens supplémentaires"*<sup>33</sup>. Cet ajustement est également illustré par la réflexion d'un technicien de l'INAO, citée dans la thèse de S. Scheffer : *"Au départ, j'étais persuadé qu'il ne pouvait y avoir que le vin et puis il y en a beaucoup d'autres, même si c'est peut-être moins évident"* (Scheffer, 2002, p. 300).

Au-delà des nouvelles appellations fromagères obtenues entre 1990 et aujourd'hui, l'INAO va impulser un important travail de révision des cahiers des charges antérieurs à cette date. C'est ainsi que sur les 42 appellations fromagères, 29 sont actuellement en phase de

---

<sup>29</sup> Un responsable professionnel de l'INAO.

<sup>30</sup> Outre les deux comités dédiés aux vins et aux produits laitiers, un troisième comité est créé pour gérer les autres produits alimentaires. A partir de 1992, un quatrième comité a été créé pour prendre en charge les IGP.

<sup>31</sup> Un responsable agricole en Savoie.

<sup>32</sup> Un professionnel agricole en Normandie membre du CNPL.

<sup>33</sup> Un responsable professionnel de l'INAO.

refonte de leur décret et réfléchissent aux critères de typicité propres à l'élevage et à la fabrication fromagère (races animales, alimentation du troupeau, conditions de collecte et de transformation), ainsi qu'à une éventuelle redéfinition de leur aire de production. Ces procédures lourdes sont souvent à l'origine de points d'achoppement entre les contraintes techniques et économiques des professionnels et les conceptions de l'INAO. Les nombreux conflits internes entre les différents acteurs de la filière sont également révélateurs des représentations divergentes du concept d'appellation. Des réflexions sont également en cours afin de mettre en place des procédures de contrôle des conditions de production : *"Il faut faire en sorte que l'outil AOC ne soit pas seulement une garantie d'origine, mais aussi de qualité. Certaines petites AOC n'ont pas les moyens de mettre en place ces contrôles par elles-mêmes, il faut donc mobiliser les compétences locales quand elles existent, avec les établissements de l'élevage, les chambres, le contrôle laitier, tout ça avec un agrément de l'INAO"*<sup>34</sup>. La reprise en charge des AOC fromagères par l'INAO a donc constitué un changement important dans le quotidien des syndicats et dans l'attribution de l'appellation. En mettant au premier plan les conditions de production et la typicité, cette évolution a joué un rôle dans les importantes divisions qui ont prévalu entre les différents organismes représentant les fromages AOC.

### **3.2. La scission entre l'ANAOF et la FNAOC, des tensions qui trouvent un apaisement à travers l'émergence du CNAOL**

Au début des années 1970, les seize syndicats fromagers d'appellation d'origine existant à l'époque décident de se regrouper pour créer une organisation commune, qui prend le nom d'ANAOF (Association Nationale des Appellations d'Origine laitières Françaises). Outre la défense des intérêts, l'ANAOF avait vocation à être l'interlocuteur de l'administration (ministères, INAO...) et à jouer un rôle majeur dans l'attribution de l'appellation, à travers une représentation au sein du CNAOF. Progressivement, les missions de l'ANAOF se sont élargies : suivi des dossiers français et européens concernant les AOC, échanges d'informations, opérations de promotion (création de plaquettes, participation à des manifestations, lancement d'une lettre d'informations à destination des adhérents, "ANAOF Infos", faisant le point sur l'actualité économique et politique...). Au début de l'année 1995, 32 syndicats sont adhérents. Toutefois, des divergences existent depuis plusieurs années, principalement liées à des conceptions différentes de l'AOC. Caractérisés par une structure de la production beaucoup plus atomisée qu'ailleurs (fruitières coopératives), les produits d'appellation des montagnes de l'Est Central (Jura, Savoies) se distinguent par une vision plus traditionnelle : *"Depuis longtemps, ils n'étaient pas à l'aise à l'ANAOF. Quand on explique la différence entre les AOC françaises, il y a véritablement la Franche-Comté et la Savoie, et tout le reste de la France. On a en Franche-Comté et en Savoie une transformation qui est restée très fruitière, avec leur système de coopératives et de démultiplication de la transformation, qui est tout de même un monde différent du reste du monde laitier français, qui a eu une toute autre évolution. Que ça soit en Normandie ou dans le Massif Central, où les producteurs ne se sont plus intéressés à la transformation et à la production AOC"*<sup>35</sup>.

Le malaise éprouvé par un certain nombre de représentants était notamment lié à une présence jugée trop importante de transformateurs dans le conseil d'administration. C'est d'ailleurs l'élection à la présidence de l'ANAOF d'un industriel qui va précipiter la scission de l'ANAOF en deux structures distinctes, au moment de l'assemblée générale en 1995 : *"Ça a été une espèce de phénomène symbolique qui fait que les gens de chez moi se sont réunis le*

<sup>34</sup> Un responsable de l'INAO.

<sup>35</sup> Un producteur de lait responsable de l'ANAOF.

jour même. Ils sont sortis de l'assemblée générale, ils se sont réunis au troquet d'à côté, et ils ont dit : "On quitte l'ANAOF !". C'était l'événement cristallisant. On avait discuté des MDD ce jour là"<sup>36</sup>. C'est ainsi que six syndicats d'appellation, parmi lesquels le Comté, le Reblochon et le Beaufort, créent la FNAOC (Fédération Nationale des Appellations d'Origine Contrôlées fromagères). Fondamental pour la compréhension des dynamiques à l'œuvre dans les AOC fromagères, le clivage entre ANAOF et FNAOC semble effectivement résulter des trajectoires productives divergentes entre l'Est et l'Ouest de la France laitière :

- *"Les AOC de l'ANAOF ont suivi l'évolution de l'Europe et de la France laitière. Les autres sont restées en marge. Elles n'ont pas vraiment évolué depuis les années 1970. En plus, les pâtes pressées cuites qui caractérisent ces régions de l'Est sont restées traditionnelles car elles sont difficilement industrialisables"*<sup>37</sup>.
- *"Les AOC sont l'expression d'une histoire. Le producteur des régions de l'Ouest n'est pas le producteur de chez nous. Ils vendent au plus offrant, ils ne veulent pas savoir ce qu'on fait du produit. Et c'est normal que ce soit plutôt les entreprises qui soient détentrices de l'AOC et qui aient le souci de son avenir. Chez nous, la mentalité est différente. Le producteur de lait est un producteur de fromage. Mais il n'y a pas de hiérarchie entre les deux"*<sup>38</sup>.

Ainsi, derrière ces trajectoires, se cachent en fait deux visions relativement opposées de la place de l'amont dans la définition du produit AOC. Dans les filières de l'Est (Comté, Reblochon), l'appellation "commence" dans les exploitations et dépend des conditions de production du lait. A l'Ouest (Camembert de Normandie), la qualité est d'abord imputable à la transformation, c'est-à-dire au travail réalisé après la collecte : *"Pour certains industriels, le lait est un support, la clé, c'est la science industrielle et sa capacité à faire des AOC"*<sup>39</sup>. Durant les années qui ont suivi, les deux fédérations ont donc fonctionné de manière distincte d'un point de vue organisationnel, s'occupant chacune des dossiers qui leur paraissaient importants (d'où des ordres du jour relativement similaires d'une assemblée générale à l'autre). Les six syndicats fondateurs de la FNAOC ont été ensuite rejoints par d'autres ayant vu le jour après 1995<sup>40</sup>. Cette division a été vécue comme un traumatisme par beaucoup d'acteurs des filières AOC et par les responsables de l'administration : *"On considérerait que c'était un drame pour les AOC que de ne pas avancer dans un front unitaire. Déjà que ça ne représentait pas une grande part de la production laitière, si en plus on ne parlait pas d'une seule voix"*<sup>41</sup>.

Au début des années 2000, un certain nombre de responsables tentent de renouer les liens, avec l'appui de l'INAO, mais aussi de la profession laitière dans son ensemble. Cette démarche aboutit en 2001 à la création d'une nouvelle structure – le CNAOL (Conseil National des Appellations d'Origine Laitières) – qui regroupe tous les syndicats adhérents de l'ANAOF et de la FNAOC. Le principal objectif était la recherche d'une unité sur un certain nombre d'enjeux, dans le cadre de la filière laitière nationale, ce qui permet aujourd'hui au CNAOL de bénéficier d'appuis plus importants. Les trajectoires des deux structures apparaissent donc aujourd'hui en cours de rapprochement, les tensions entre syndicats semblent s'apaiser, même si les deux fédérations existent toujours et continuent de fonctionner : *"Depuis trois ou quatre ans, on a une génération de jeunes présidents qui n'ont*

<sup>36</sup> Un responsable de syndicat AOC.

<sup>37</sup> Un producteur de lait en Normandie.

<sup>38</sup> Un producteur de lait en Savoie.

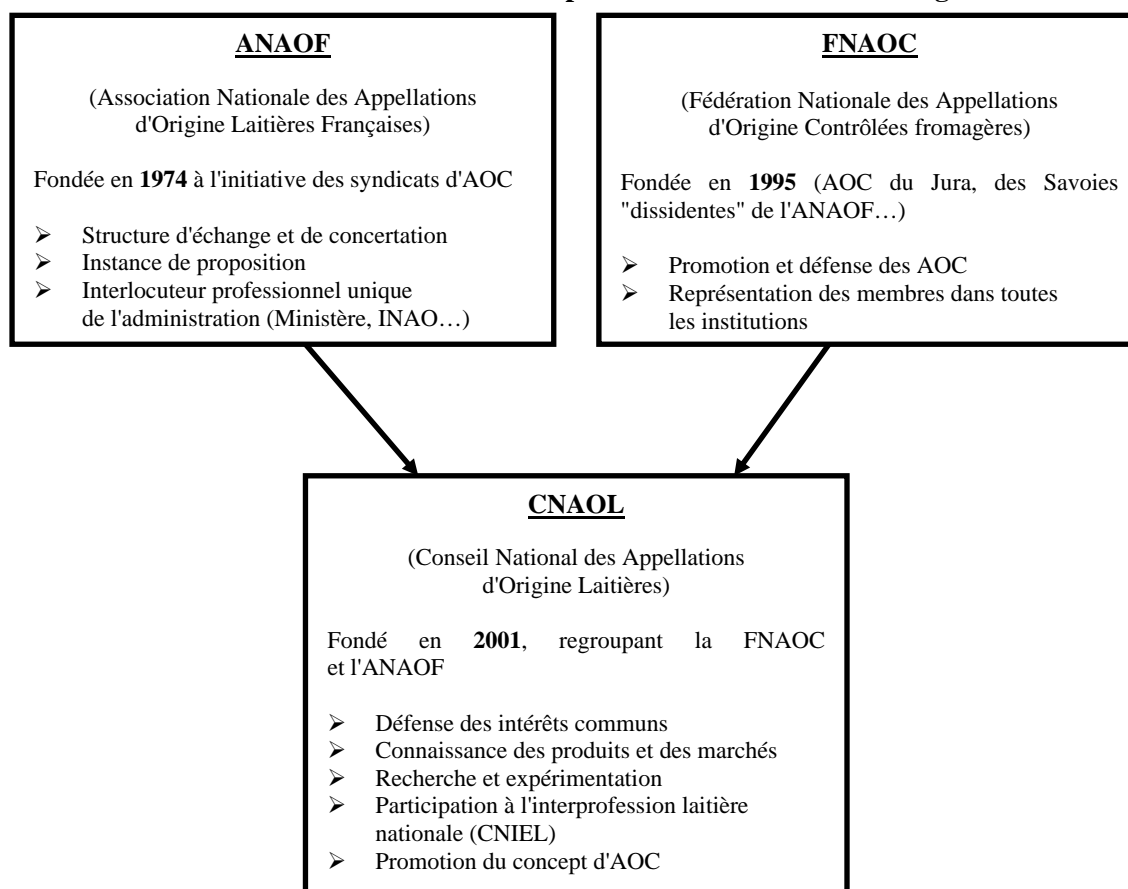
<sup>39</sup> Un responsable professionnel de l'INAO.

<sup>40</sup> La FNAOC se compose aujourd'hui de quatorze syndicats d'appellation.

<sup>41</sup> Un responsable de syndicat AOC.

*pas connu la coupure et qui ne comprennent plus pourquoi on en est là. Beaucoup sont partis qui cristallisaient les divisions. Je pense que ça ira mieux pour le rapprochement !"<sup>42</sup>.*

**Schéma 1 : les instances représentatives des AOC fromagères**



Réalisé par J. Frayssignes (2005), source : ANAOF, FNAOC, enquêtes de terrain, 2004.

Les différents éclairages que nous venons de donner de notre objet de recherche fournissent donc un certain nombre d'informations importantes :

- loin d'aller de soi, le principe d'une appellation apparaît comme complexe dans la mesure où il met en jeu le rapport à l'espace des individus et de leurs activités,
- la réalité productive se caractérise par une grande diversité de configurations. Toutefois, ces facteurs de spécificité ne doivent pas occulter le fait que les AOC sont également connectées à leur environnement commercial et institutionnel. Leur analyse ne peut donc se faire sans prendre en compte cet environnement,
- l'approche historique des institutions représentant les AOC met en lumière des manières différentes de l'appréhender. L'AOC n'est donc pas un concept unitaire.

La complexité de notre objet d'étude est par ailleurs renforcée par les enjeux, ici rapidement évoqués, auxquels sont aujourd'hui confrontés les professionnels des filières d'appellation, et qui questionnent fortement le principe de l'origine, allant jusqu'à remettre en cause sa légitimité. Cristallisés autour de la Politique Agricole Commune et de l'Organisation Mondiale du Commerce, ces enjeux sont au cœur de notre recherche.

<sup>42</sup> Un responsable de syndicat AOC.



## **II. Les AOC fromagères face aux enjeux institutionnels et commerciaux : la convergence vers une problématique territoriale**

Nées d'une histoire juridique et institutionnelle particulière, les AOC fromagères relèvent de l'ensemble des produits dont l'origine constitue un facteur d'identification reconnu par les pouvoirs publics. Cependant, cette reconnaissance au niveau national est loin d'aller de soi à l'échelle européenne et mondiale, ceci malgré l'existence de réglementations dédiées à ces produits (AOP et IGP en Europe, Indication Géographique à l'échelle internationale). La PAC ne reconnaît pas de manière explicite les particularités organisationnelles des systèmes AOC, dont le caractère interprofessionnel est souvent perçu comme protectionniste. En outre, les politiques d'aides s'accommodent mal de la nécessité d'instaurer des contraintes à travers les cahiers des charges. A l'échelle internationale, les négociations commerciales en cours au sein de l'Organisation Mondiale du Commerce opposent l'Union Européenne aux Etats-Unis (soutenus par le groupe de Cairns), notamment au sujet du statut des indications géographiques et de leur caractère contraignant pour les entreprises commercialisant des produits sous des marques identiques aux appellations européennes. Ces deux types d'enjeux font converger l'analyse vers la dimension territoriale des filières incriminées, cette fois-ci aux échelles régionales et locales. Au-delà du lien au terroir, la contribution des AOC au développement constitue une réponse dans la recherche de légitimité des produits d'appellation. Ainsi, ce sont ces enjeux liés à la PAC et l'OMC qu'il s'agira d'explicitier dans un premier temps, non pas pour eux-mêmes, mais à travers leur propension à introduire l'approche territoriale. Cette présentation permettra dans un second temps de préciser notre questionnement et les prémisses du modèle d'analyse destiné à y répondre.

### **1. La difficile quête de reconnaissance de la spécificité des AOC au sein de la Politique Agricole Commune**

Amorcée en 1992, la réforme de la PAC a connu en 2002 un tournant décisif, à travers l'instauration du principe de découplage des aides. Jusque-là relativement préservée, la production laitière est depuis confrontée à d'importantes évolutions. Pour les AOC, l'enjeu majeur réside dans la reconnaissance du principe d'appellation, aujourd'hui encore contesté. Ainsi, après une présentation des tenants et des aboutissants de cette réforme, puis de ses conséquences notamment spatiales sur la production laitière, il s'agira de s'interroger sur les moyens dont disposent les AOC pour affirmer leurs particularités au niveau européen.

#### **1.1. Les grands principes de la PAC entre hier et aujourd'hui : quelques clés de compréhension**

Officiellement née en 1958, la Politique Agricole Commune avait deux objectifs majeurs : l'autosuffisance alimentaire en Europe et la garantie du maintien du revenu des producteurs. Pour ce faire, des Organisations Communes de Marché (OCM) ont été créées pour chacun des produits de base (lait, viande, céréales...), ceci afin de garantir un prix des matières premières supérieur aux cours mondiaux, grâce à l'instauration d'une logique de préférence communautaire (droits de douane à l'importation et restitutions aux exportations). Concernant la production laitière, les responsables européens ont d'une part mis en place à partir de 1968 un système de rachat des stocks excédentaires de beurre et de poudre, et d'autre

part fait le choix d'aider les entreprises à exporter, à travers une politique de restitution. Face à l'accroissement continu de la production, les quotas laitiers voient le jour en 1984, dans le but de maîtriser les flux de matière première et de parvenir à une adéquation entre l'offre et la demande. En "figeant" partiellement la production d'un point de vue spatial, cette mesure a également joué un rôle dans le maintien de la rémunération des producteurs.

A partir de 1992, l'Union Européenne décide de donner une orientation plus libérale à sa politique, notamment dans la perspective des futures négociations commerciales à l'échelle mondiale. Les différentes productions agricoles sont alors réformées (diminution progressive des restitutions à l'exportation et baisse des tarifs douaniers, compensées par des aides directes) et certaines OCM sont démantelées (céréales, viande bovine). En revanche, l'OCM lait est maintenue en l'état, suite à une forte mobilisation de la profession, notamment en France). La création de l'OMC en 1994 dans le cadre des accords de Marrakech correspond à une remise en cause encore plus directe du principe de préférence communautaire, et contraint l'Union Européenne à libéraliser encore davantage sa politique agricole. Egalement connu sous le nom "d'Agenda 2000", le sommet de Berlin (1999) prévoit ainsi une nouvelle baisse des prix institutionnels, et inclut cette fois-ci la production laitière. Totalement opposés à toute éventualité de démantèlement, les pouvoirs publics français obtiennent le report de la réforme de l'OCM lait à 2005, avec une révision à mi-parcours en 2003, qui serait fondée sur une augmentation des droits à produire pour chaque état. En juillet 2002, la Commission Européenne décide finalement de modifier le contenu de cette révision à mi-parcours et propose une réforme fondée sur un nouveau principe : le découplage des aides, impliquant que les versements octroyés aux producteurs ne soient plus liés aux quantités produites, mais au respect de normes sanitaires et environnementales (principe "d'éco-conditionnalité").

La réforme prévoit également une baisse importante des prix d'intervention sur le beurre et la poudre, ainsi qu'une remise en cause des quotas laitiers à partir de 2014. Si l'objectif affirmé de la Commission est de répondre aux attentes des consommateurs et des citoyens (qualité des produits, bien-être animal...), la logique est avant tout celle d'un rapprochement du prix du lait européen avec les prix pratiqués ailleurs dans le monde. Fondé sur des aides directes, le découplage a quant à lui vocation à réduire les distorsions dans les échanges, la gestion de la production devant se réaliser selon une régulation marchande. La Commission espère ainsi mettre fin aux poursuites de l'OMC. Présentée comme une révision à mi-parcours, les mesures prévues s'apparentent en fait à une réforme en profondeur, qui constitue assurément une rupture au moins équivalente à celle de 1992. L'analyse des conséquences pour la production laitière nationale se révèle complexe.

## **1.2. La nouvelle réforme de la PAC et ses conséquences pour la production laitière : le principe de découplage comme facteur d'incertitude**

Si depuis sa naissance, la PAC est fondée sur une logique verticale de gestion de la production et de mise en marché (logique de filière via les OCM), la réforme se veut résolument horizontale dans la mesure où les aides ne dépendent plus d'un niveau de production, mais s'inscrivent dans une perspective de protection de l'environnement et de développement rural. Cette inflexion est une caractéristique majeure du nouveau modèle d'agriculture souhaité par l'Union Européenne. Si les exigences d'efficacité, de rentabilité et d'ouverture des marchés sont toujours présentes, elles doivent désormais être compatibles avec les préoccupations liées à la multifonctionnalité, qui se matérialisent à travers le

renforcement des moyens financiers attribués au "second pilier"<sup>43</sup>. En France, il existe un assez large consensus (Ministère de l'Agriculture, FNSEA, filière laitière française) contre cette réforme. Le découplage des aides est considéré par les professionnels comme un système totalement en contradiction avec la volonté de maintien des producteurs, notamment dans les régions difficiles. Le fait d'octroyer une aide financière sans aucun lien avec la nature de l'activité peut amener un certain nombre de producteurs de lait à changer d'orientation, étant donné l'astreinte plus importante en élevage. Si en dépit de leurs limites, les quotas laitiers avaient permis une fixation de la production, le découplage des aides est quant à lui source d'incertitudes quant à l'évolution spatiale de l'activité laitière : *"Vous avez une aide au producteur, que le producteur produise ou ne produise pas, pendant quelques années. Qu'il produise de la viande, des céréales ou du lait, il a l'aide à l'hectare historique qu'on lui calcule. Et ça, personne n'est capable de nous dire à quelle structure agricole on aboutit. On ne sait pas du tout comment va réagir le monde paysan"*<sup>44</sup>. Les professionnels laitiers ne souhaitent donc pas raisonner uniquement en termes de revenu par agriculteur, mais entendent intégrer au débat la question de la répartition de la production à l'échelle européenne.

Les premières projections réalisées par l'Institut de l'Elevage<sup>45</sup> montrent que la baisse du prix du lait et le découplage des aides devraient accélérer la restructuration laitière, amorcée dans les années 1960. Des reconversions plus importantes pourraient avoir lieu dans des régions dites mixtes, où le lait est en concurrence avec des productions céréalières. Les 94 000 producteurs de lait français en 2004 pourraient n'être plus que 75 000 en 2010 (les projections les plus "pessimistes" parlent de 61 000), avec un quota moyen de 372 000 litres par exploitation (contre environ 200 000 aujourd'hui). Prévue par la réforme, la hausse des quotas laitiers en 2008 pourrait se révéler préjudiciable pour certains pays, dont la France : *"La Commission propose une augmentation de 3,5 % pour chaque état, ça paraît peu, mais c'est énorme. En ce moment, quand on a 1 % de lait en trop, c'est catastrophique en termes de gestion de marché et d'écoulement des produits. Nous, on défend la flexibilité des quotas, on les augmente si le marché se développe, puisque aujourd'hui, on a encore la chance que la consommation se développe en Europe"*<sup>46</sup>. Après les avoir fortement critiqués au moment de leur mise en place, les producteurs de lait sont aujourd'hui très attachés aux quotas. L'éventuelle suppression de ce système inquiète les professionnels, qui estiment que les coûts engendrés par la réforme pourraient se révéler bien supérieurs. Un rapport de la Cour des Comptes pointe d'ailleurs les avantages de la limitation de la production : une rémunération élevée<sup>47</sup> et le maintien des exploitations en zone difficile (montagne), malgré une importante restructuration. En outre, l'OCM lait a été une des organisations les moins coûteuses de la PAC, puisqu'elle représentait en 2002 moins de 6 % des dépenses du Fond Européen d'Orientation et de Garantie Agricole (FEOGA), contre 27 % au début des années 1980<sup>48</sup>.

Enfin, la baisse des soutiens aux produits industriels (beurre et poudre) remet directement en cause le système national de paiement du prix du lait aux producteurs. Mis en

---

<sup>43</sup> La PAC est financièrement structurée autour de deux piliers, le premier est consacré au soutien des marchés, le second concerne les mesures de développement rural. Pour 2002, les fonds affectés au second pilier représentaient 15 % de l'enveloppe attribuée à l'agriculture, contre 10 % en 1995 (source : DG AGRI).

<sup>44</sup> Un responsable du CNIEL.

<sup>45</sup> Voir le Dossier Economie de l'Elevage n°329, intitulé *Réforme de la PAC. Le compromis de Luxembourg du 26 juin 2003 - enjeux et premières analyses*, paru en 2003.

<sup>46</sup> Un responsable de la Fédération Nationale des Producteurs de Lait (FNPL).

<sup>47</sup> Le prix du lait moyen en Europe est aujourd'hui proche de 300 euros pour 1 000 litres (2 francs), contre 228 aux Etats-Unis (1,50 francs) et 120 en Nouvelle-Zélande (0,80 centimes de francs) (source : CNIEL, 2003).

<sup>48</sup> Pour plus de détails, le lecteur est invité à consulter ce rapport, paru au Journal Officiel des Communautés Européennes : Rapport spécial n°6/2001, C305, 44<sup>ème</sup> année (30 octobre 2001).

place en 1997 suite à une baisse continue du prix du lait, l'accord de Laval (ou accord de 1997, signé entre les trois familles professionnelles composant l'interprofession) est fondé sur une recommandation nationale du prix, déclinée ensuite à l'échelle régionale en fonction de grilles de paiement spécifiques. Cette recommandation repose sur deux types d'indicateurs :

- des indicateurs "durs", appliqués tels quels, qui correspondent à la valorisation des produits industriels et à celle des Produits de Grande Consommation (PGC) exportés, évalués à travers des cotations de produits européens (Gouda, Edam),
- des indicateurs "négociés", qui renvoient à la valorisation des PGC sur le marché français, (environ la moitié des litrages produits).

Absents jusqu'en 1997, ces indicateurs négociés ont été intégrés sur proposition des producteurs dans le système au moment de l'accord de Laval, ceux-ci estimaient qu'il s'agissait d'une source importante de valorisation, permettant de compenser la baisse du prix des produits industriels. La diminution des soutiens européens sur ces produits constitue une remise en cause dans la mesure où elle accroît de manière trop importante les écarts de valorisation avec les PGC : *"Jusqu'à présent, on jonglait sur la valorisation PGC / produits industriels. Mais ça ne tient plus trop la route aujourd'hui. On va avoir un couple beurre / poudre qui va se casser la figure. L'entreprise qui ne fait que cela, elle va devoir payer un prix du lait qu'elle n'est pas capable de payer. Le ciseau s'écartant entre la valorisation beurre / poudre et la valorisation PGC, notre schéma ne peut plus fonctionner"*<sup>49</sup>. Ainsi, la réforme de la PAC amorcée en 2002 apparaît potentiellement déstabilisante pour l'activité laitière. Observées depuis deux ans, les baisses du prix du lait renforcent les tendances déjà à l'œuvre (restructurations, abandons, reconversions...). Dans ce contexte, on comprend que les filières AOC sont touchées par ces évolutions lourdes et leurs manifestations spatiales à l'échelle régionale et locale, alors que leur reconnaissance est très loin d'être évidente.

### **1.3. Les AOC et la PAC, entre logiques divergentes et opportunités, la nécessité d'une mise en perspective territoriale**

Les conséquences potentielles de la réforme de la PAC sur les AOC fromagères françaises prennent des formes très diverses et sont complexes à analyser. Parmi les manifestations les plus visibles d'ores et déjà à l'œuvre, nous pouvons citer le changement de stratégie commerciale d'un certain nombre d'entreprises (le plus souvent coopératives) nées après Guerre et qui avaient fondé leur développement sur la production de beurre et de poudre de lait, dans un contexte où ces produits étaient fortement subventionnés. Outre l'accentuation des restructurations, la baisse des soutiens a amené ces coopératives à se reporter sur des produits plus élaborés (fromages, ultra frais...), mieux rémunérés. Souvent portés par une communication axée sur la tradition et l'authenticité, ces produits viennent directement concurrencer les produits AOC sur un marché déjà fortement encombré.

Plus largement, les appellations ont toujours eu un statut très ambigu au sein des institutions européennes, principalement à cause de leur fonctionnement de nature interprofessionnelle (ensemble des acteurs réunis dans un même syndicat). Considérées avec méfiance, les filières AOC sont fréquemment taxées d'entrave à la libre concurrence et d'ententes illicites sur les prix. Paru en 1992, le règlement européen n°2018/92 relatif aux AOP et aux IGP a certes entériné la politique française en termes de qualité alimentaire,

---

<sup>49</sup> Un responsable de la Fédération Nationale de l'Industrie Laitière (FNIL).

toutefois, ni la PAC, ni l'OCM lait, n'ont explicitement reconnu la spécificité des filières d'appellation d'origine. La preuve la plus révélatrice de cette situation réside dans la prime européenne liée à la production de maïs. Dans un souci de cohérence, de nombreux syndicats d'appellation tentent depuis plusieurs années de privilégier le recours à l'herbe (pâturage, fourrage) dans l'alimentation des animaux. La révision des cahiers des charges est cependant rendue très difficile par la prime maïs, aujourd'hui encore bien plus élevée que la prime à l'herbe, malgré un certain rééquilibrage. Dans ce contexte, il est donc très délicat d'inciter les producteurs à modifier leurs pratiques et à abandonner l'ensilage pour revenir à l'herbe.

Ainsi donc, derrière la non reconnaissance de la spécificité des appellations dans le cadre de la PAC, c'est de la légitimité même du principe du lien au terroir qu'il s'agit. Il est d'ailleurs révélateur de constater que le contenu du règlement relatif aux AOP et IGP résulte de ce que S. Scheffer appelle une inflexion par la France de la position de la Commission Européenne. Celle-ci était en effet surtout attentive à l'information et à la sécurité des consommateurs (Scheffer, 2002). Le principe de causalité entre le produit et son terroir d'origine est donc instauré dans le règlement, dont l'article 2 est rédigé de manière quasi identique à la loi de 1919 : *"On entend par "appellation d'origine" le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire : originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays ; et dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée"*<sup>50</sup>.

Par ailleurs, l'éventuelle suppression des quotas laitiers pourrait se révéler d'autant plus dommageable pour les filières AOC, notamment dans les régions où la part de lait transformé en AOC est importante. Dans l'état actuel des choses, les déséquilibres engendrés par une augmentation rapide de la production conduiraient assurément à une baisse de la rémunération des producteurs. La capacité de maîtrise des volumes par les syndicats d'appellation apparaît donc comme un enjeu fondamental pour la pérennité des filières AOC et leur adéquation avec la réalité du marché. Aujourd'hui, à l'exception de quelques cas exceptionnels comme le Roquefort ou le Comté<sup>51</sup>, cette possibilité ne leur est pas donnée pour des raisons de concurrence. Parue le 9 juillet 1999, la loi d'orientation agricole offre cependant une perspective intéressante à travers le renforcement du fait interprofessionnel. Le texte octroie en effet aux organisations reconnues comme interprofessionnelles des prérogatives étendues en matière de gestion des volumes, de qualité, de mise en marché et de promotion. Cette éventualité permettrait aux produits AOC d'éviter les perturbations liées à une déréglementation : *"Les groupements constitués par les organisations professionnelles les plus représentatives de la production agricole peuvent faire l'objet d'une reconnaissance en qualité d'organisations interprofessionnelles par l'autorité administrative compétente (...). Des organisations interprofessionnelles spécifiques peuvent également être reconnues pour un produit d'appellation d'origine contrôlée ou un groupe de produits d'appellation d'origine contrôlée (...). Les accords conclus dans le cadre d'une organisation interprofessionnelle reconnue peuvent être étendus lorsqu'ils tendent à favoriser : la connaissance de l'offre et de*

<sup>50</sup> Règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil, du 14 juillet 1992, relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, article 2.

<sup>51</sup> Le Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté (CIGC) a mis en place à partir de 1995 un "plan de campagne", dans le cadre duquel un volume à produire est attribué à chaque entreprise en fonction de l'état des marchés et de la tenue des prix. Non avalisée par les pouvoirs publics, cette mesure a fait l'objet d'un procès entre le CIGC et le groupe Lactalis, arguant que ces plans étaient des entraves à la libre concurrence. A Roquefort, les Volumes Individuels de Référence (VIR) instaurés en 1987, sont reconnus comme des quotas à part entière, étant donné qu'ils concernent spécifiquement la production de lait de brebis (voir chapitre 4).

*la demande ; l'adaptation et la régularisation de l'offre ; la mise en œuvre de règles de mise en marché, de prix et de conditions de paiement ; la qualité des produits (...)"<sup>52</sup>.*

La reconnaissance des syndicats d'appellation en tant qu'interprofession par les pouvoirs publics constitue donc une opportunité majeure pour les produits AOC dans la mesure où elle leur donnerait suffisamment de pouvoir pour prendre en charge (à l'échelle jugée pertinente) la gestion la production. Ce processus permettrait en outre un renforcement de la légitimité des filières d'appellation. Les modalités de transformation des syndicats en interprofession font aujourd'hui l'objet de réflexions, notamment quant à la méthode à employer (démarches individuelles ou regroupements de syndicats). Toujours considérée avec une certaine suspicion, la démarche interprofessionnelle est souvent critiquée par les tenants de l'approche libérale, qui estiment que la rareté d'un produit induit un prix plus élevé, portant ainsi préjudice aux consommateurs. Les exemples de condamnation de syndicats viticoles pour entente sur les prix et entrave à la libre concurrence sont à cet égard fréquents. Un certain nombre de travaux économiques réfutent toutefois cette hypothèse et montrent qu'une gestion interprofessionnelle est légitime si elle contribue à accroître la qualité du produit (Giraud-Héraud, Mathurin, Soler, 2003). A propos de la production laitière, D. Mercier-Gouin estime quant à lui que la gestion de l'offre n'accentue pas la hausse des prix pour les consommateurs, mais tend au contraire à les limiter. Les coûts pour les contribuables sont ainsi moins élevés que dans de nombreux systèmes libéraux (Mercier-Gouin, 2004).

La prise en compte des filières AOC au sein de la PAC passe donc par une argumentation mettant en évidence leurs spécificités organisationnelles et spatiales, qui sont un facteur potentiel de fragilité, comme le souligne L. Couzinet : *"Ce point nous semble être crucial dans l'avenir des filières fondées sur cette logique de délimitation spatiale qui, si elle est un atout dans la protection du produit et des producteurs, peut également constituer une contrainte au développement de la filière, obligeant cette dernière à ne mobiliser que les ressources de ce territoire"* (Couzinet, 2005, p. 291). On voit bien ici comment l'instauration d'une protection édictée sur le principe de l'origine introduit des interrogations de nature territoriale (maintien de l'activité), et montre toute la nécessité d'un questionnement fondé sur le développement. Nous venons donc de voir comment la réforme de la PAC inaugurerait pour les AOC fromagères, comme pour la production laitière globale, une période d'incertitude, dans laquelle la pérennité et la légitimité des filières d'appellation passait nécessairement par la construction de nouvelles formes organisationnelles. Néanmoins, il est clair que l'évolution de la politique agricole européenne découle directement des négociations commerciales au sein de l'OMC. Loin d'être reconnu au niveau communautaire, le principe d'appellation doit également s'affirmer à l'échelle internationale.

## **2. La fragile légitimité des AOC dans les négociations commerciales internationales : différend commercial ou incompréhension idéologique ?**

Si les appellations revêtent un caractère ambigu à l'échelle européenne, la transposition à l'échelle mondiale transforme cette ambiguïté en opposition frontale de la part de pays qui ne reconnaissent pas la légitimité d'une protection fondée sur les liens à l'origine. Les divergences entre l'Europe et les Etats-Unis renvoient aussi bien à des considérations culturelles que commerciales, et impliquent en réalité de nombreux autres pays. La place des

---

<sup>52</sup> Loi d'Orientation Agricole n°99-574 du 9 juillet 1999, Journal Officiel n° 158 du 10 juillet 1999, art. 67 et 68.

indications géographiques vis-à-vis des marques commerciales constitue une question centrale pour la pérennité des filières sous appellation, et éventuellement des territoires qui y sont liés. C'est donc afin de mieux saisir les tenants et les aboutissants de cet épineux problème que seront exposés dans un premier temps les différentes réglementations inhérentes à la protection des produits, et notamment l'accord sur les droits de propriété intellectuelle relatif aux indications géographiques, signé en 1994 dans le cadre de l'OMC. Le caractère partiel de cet accord nous amènera à expliciter les arguments des forces en présence, avant de conclure sur les perspectives offertes par les indications géographiques en termes de développement.

## **2.1. La reconnaissance partielle des appellations au sein de l'OMC : une question de propriété intellectuelle**

Paradoxalement, la reconnaissance des produits d'appellation d'origine est un processus international avant d'être européen. Le fort accroissement des échanges commerciaux à l'échelle mondiale après les années 1950 a amené les dirigeants des pays industrialisés à trouver des accords permettant une protection des denrées alimentaires. Signé dès 1958 par quelques états, l'Arrangement de Lisbonne a offert la possibilité d'une reconnaissance mutuelle des systèmes de labellisation. Par ce biais, la France a ainsi été en mesure de faire admettre ses appellations d'origine auprès des autres pays signataires. Concernant uniquement les fromages, la Convention de Stresa (Italie), signée en 1951, relève de la même logique. Du fait d'un nombre restreint de signataires, la portée de ces différentes réglementations est restée limitée. Des grandes puissances telles que le Japon ou les Etats-Unis n'ont par exemple jamais adhéré à une seule de ces conventions. Aucun consensus n'a donc jamais pu être trouvé quant à une définition minimale du concept d'appellation d'origine.

Il faut attendre 1994 et les accords de Marrakech instituant l'OMC pour que soit signé l'accord ADPIC (Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce), imposant aux membres de l'OMC une protection minimale concernant notamment les droits d'auteur, les marques commerciales et les brevets. Désireuse d'assimiler les produits alimentaires à une forme de propriété intellectuelle, l'Union Européenne parvient à introduire une protection pour les produits porteurs d'une indication géographique bénéficiant d'un signe officiel (AOP ou IGP). Telle qu'elle est définie dans l'article 22, la notion d'indication géographique (IG) apparaît proche de la conception française d'appellation d'origine : *"On entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique"*<sup>53</sup>. Les modalités de protection de ces IG renvoient quant à elles en priorité à l'information des consommateurs : *"Pour ce qui est des indications géographiques, les Membres prévoient les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit"*<sup>54</sup>.

Cette conception n'induit pas un niveau de protection élevé dans la mesure où il est très difficile de prouver une tromperie uniquement sur cette base. Pour remédier à cette lacune, les vins et spiritueux, en pointe dans ce domaine, bénéficient à travers l'article 23

---

<sup>53</sup> Accord sur les ADPIC, annexe 1C, section 3, article 22.

<sup>54</sup> Accord sur les ADPIC, *op. cit.*

d'une clause additionnelle : *"Chaque Membre prévoira les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique (...) même dans les cas où la véritable origine du produit est indiquée ou dans ceux où l'indication géographique est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "style", "imitation" ou autres"*<sup>55</sup>. Souvent utilisées, les dénominations phonétiquement proches des produits concernés ("Bordo", "Koniak") sont également interdites. Toutefois, depuis quelques années, les négociations achoppent au sujet de l'extension de cette clause aux autres produits alimentaires, au premier rang desquels les fromages, qui font l'objet de très nombreuses imitations, soit fondées sur la mauvaise foi des fraudeurs, soit sur une réglementation défavorable au produit imité<sup>56</sup>. Leur protection reste donc limitée aux portes de l'Union Européenne. Cette construction juridique partielle s'explique par l'opposition entre l'Europe et les Etats-Unis, soutenus en cela par le groupe de Cairns<sup>57</sup>. De nature avant tout commerciale, ce désaccord renvoie également à un clivage culturel et idéologique entre Nouveau Monde et Ancien Continent, clivage qu'il nous apparaît nécessaire d'explicitier pour bien comprendre les enjeux liés à la protection internationale des appellations.

## **2.2. Indication Géographique Vs marque commerciale : l'appellation comme principe à part entière ou exception culturelle ?**

Pour la plupart des pays européens, la protection des produits contre les imitations est légitime, elle s'inscrit dans une perspective patrimoniale. A l'inverse, les adversaires de ce système estiment qu'il constitue une entrave à la libre concurrence, et que le droit des marques commerciales est suffisant pour réguler les échanges. Renvoyant aux fondements des droits romains et anglo-saxons<sup>58</sup>, ces deux points de vue méritent d'être approfondis.

L'argument principal évoqué par les tenants de l'approche libérale réside dans le fait que la mise en place d'une protection juridique fondée sur l'origine des produits n'apporte aucun bénéfice supplémentaire aux consommateurs qui, la plupart du temps, ne perçoivent par les dénominations comme des éléments de provenance, mais comme des procédés de fabrication. Les indications géographiques n'ont donc aucune justification car leur intérêt pour la collectivité est nul. Leur seul apport consiste à conférer à leurs détenteurs une exclusivité privée. Elles peuvent donc être aisément remplacées par des marques collectives faisant référence à une origine. C'est donc pour cela qu'une IG ne peut donc relever des droits de propriété intellectuelle. Certains observateurs américains estiment ainsi que la volonté européenne de faire sortir du domaine public un certain nombre de dénominations aujourd'hui génériques (telles que Feta, Mozzarella, Emmental, Gouda...) s'apparente à une stratégie de "colonisation" du langage alimentaire : *"The beneficiaries of "strong GI's" for wines and spirits have much broader ambitions to colonise the language of this food group by voiding*

<sup>55</sup> Accord sur les ADPIC, annexe 1C, section 3, article 23. A noter également qu'au sein de l'Union Européenne, les vins et spiritueux ne relèvent pas du régime des AOP et ont obtenu de l'OMC la création d'un registre multilatéral de plus de 7 000 dénominations, protégées de manière intégrale.

<sup>56</sup> Un exemple fréquemment évoqué est celui du Jambon de Parme, dont l'exportation dans certains pays (Canada, Etats-Unis) est rendue difficile à cause de l'existence de produits carnés bénéficiant d'une marque commerciale "Parma", déposée avant même l'obtention de l'AOP. Le Consortium du Jambon de Parme est de ce fait contraint de vendre ses produits sous une autre dénomination, les poursuites judiciaires ne donnant que très peu de résultat.

<sup>57</sup> Le groupe de Cairns est constitué de dix-huit pays exportateurs de produits agricoles, qui militent pour la suppression des barrières douanières et des subventions à l'exportation. Parmi les principaux membres, figurent l'Argentine, l'Australie, le Brésil, le Canada et la Nouvelle-Zélande.

<sup>58</sup> Ce clivage est largement développé dans la thèse de C. Delfosse (1992).



*appropriate limits on these monopoly rights over language, including by bringing "traditionnal expressions" within the ambit of strong GI protection"* (Gallagher, 2002, p. 1). Dans cette perspective, le caractère protectionniste des IG ne serait qu'un prétexte pour accroître la performance économique des entreprises européennes face à leurs concurrentes, pour qui le préjudice économique causé par la mise en place d'une réglementation serait considérable. Les liens parfois ténus entre certains produits européens AOP ou IGP avec leur espace de production ne font que renforcer les suspicions à l'égard des IG.

A l'opposé, les défenseurs des indications géographiques jugent que la légitimité d'un tel système ne peut en aucun cas relever de la perception des consommateurs, souvent peu informés en la matière<sup>59</sup>. Les IG ne sont pas seulement des instruments à caractère commercial, mais ont également vocation à jouer un rôle dans le maintien d'activités économiques dans des régions difficiles. Les bénéfices pour les consommateurs n'en sont pas moins importants, dans la mesure où les garanties d'origine et de qualité constituent un facteur d'information incontestable. Aujourd'hui, les préjudices liés aux usurpations subis par les producteurs européens sont non seulement économiques, mais concernent également l'image et la réputation des produits, surtout lorsque les imitations se révèlent de moins bonne qualité. Ces producteurs déplorent donc le manque de portée des IG par rapport aux marques commerciales, fondées sur une logique de dépôt, selon la formule "first in time, first in right"<sup>60</sup>. Le dépôt d'une marque commerciale à caractère géographique bloque donc toute velléité de protection, comme dans l'exemple du Jambon de Parme évoqué plus haut.

Tout l'enjeu réside donc dans le statut des indications géographiques vis-à-vis des marques. Les négociateurs européens réfléchissent aujourd'hui à deux stratégies possibles :

- l'extension des accords ADPIC à tous les produits. Actuellement, environ 30 pays sur 140 soutiennent cette éventualité, mais on assiste à une forte mobilisation de la part des opposants. A noter que les négociations sont rendues difficiles par le fait que les Etats-Unis n'ont que très peu de produits à protéger, et que l'Union Européenne n'a rien à proposer "en échange" de cette extension,
- l'établissement d'une liste restreinte de produits, qui bénéficieraient d'une protection absolue. Cette liste serait a priori plus facile à faire accepter car elle s'inscrirait dans le volet agricole, et non plus dans celui des droits de propriété intellectuelle. Des contreparties seraient donc envisageables.

Même si elles ne sont pas incompatibles, ces deux pistes de travail renvoient à des logiques sensiblement différentes. Dans le premier cas, les IG seraient érigées en principe au même titre que les marques, et bénéficieraient donc de droits équivalents. Dans le second, la protection des produits serait considérée comme entrant dans un régime spécifique distinct de celui de la concurrence, au même titre que l'exception culturelle ou agricole. La complexité des débats tient en partie à cette nuance.

---

<sup>59</sup> Sur cette question, le lecteur est invité à consulter l'article écrit par J. Chen en 1997 dans la Revue de Droit Rural (n°249), et la réponse de L. Lorvellec, parue dans le même numéro.

<sup>60</sup> Formule que l'on peut traduire par "premier arrivé, premier servi".

### 2.3. Les perspectives offertes par les IG pour le développement à l'échelle mondiale : le territoire comme facteur de légitimité

Désireux de renforcer la légitimité des indications géographiques, les Européens tentent d'une part de convaincre leurs partenaires des apports en termes de qualité, de sécurité alimentaire, de protection de l'environnement et de développement, et d'autre part de conforter la réglementation d'un point de vue qualitatif pour la rendre plus crédible, ceci afin d'éviter les accusations de protectionnisme. En parallèle des négociations menées à l'OMC, l'Union Européenne s'efforce également de faire reconnaître ses appellations d'origine à travers la signature d'accords bilatéraux avec les états intéressés. Des discussions sont en cours avec la Chine, qui pourrait se révéler un allié de poids, du fait de sa tradition agricole importante et ancienne. Le pays a d'ailleurs mis en place en 1999 une législation allant dans ce sens, en grande partie inspirée de l'expérience française. Il convient de souligner ici le rôle joué par l'INAO, largement impliquée pour la promotion du concept d'appellation et l'aide juridique aux états intéressés. Des coopérations étroites sont ainsi établies, même avec des pays où la tradition liée à la notion de terroir est historiquement absente. Des démarches de labellisation voient même le jour dans certaines régions viticoles américaines. Les choses sont malgré tout rendues difficiles par l'isolement institutionnel des producteurs porteurs de ces projets. La sociologue E. Barham souligne d'ailleurs à quel point les IG sont un défi, aussi bien économique que culturel, pour l'agriculture américaine : *"Geographical Indications as a form of intellectual property challenge the law, culture and economic logic of American business, oriented as it is towards liberal economic theory based on individual ownership. The United States is familiar and comfortable with trademarks as a way of protecting the intellectual property associated with business name"* (Barham, 2003, p. 129). D. Hayes, S. Lence et B. Babcock estiment eux aussi qu'en dépit des spécificités de l'agriculture américaine et de l'absence d'une "histoire gastronomique", les indications géographiques constituent un enjeu important pour le développement rural Outre-atlantique (Hayes, Lence, Babcock, 2005).

Plus largement, les IG constituent une opportunité majeure pour les pays en développement, qui trouveraient là un moyen d'accès au marché mondial pour de nombreux produits alimentaires, plus facilement identifiables. Regroupés au sein du réseau "OriGIn" (Organisation for an international Geographical Indications network), des producteurs d'indications géographiques issus du monde entier militent aujourd'hui pour la protection internationale des produits liés à une origine. P. Echeverria, Président d'OriGIn et producteur de café Antigua au Guatemala estime ainsi que *"l'amélioration de la protection des IG est un des dossiers clés pour de nombreux pays développés et en développement. Il s'agit en effet de défendre un concept de commerce équitable qui permet la localisation des productions dans le cadre de la mondialisation des échanges"*<sup>61</sup>. A l'échelle mondiale, le concept d'appellation est donc au cœur des questions de lutte contre la pauvreté et de développement durable. De nombreux pays portent donc un intérêt croissant aux modèles français et européen.

En conclusion, la perspective internationale montre bien comment la pérennité à moyen et long terme des filières d'appellation passe par la reconnaissance du principe d'indication géographique, un objectif qui est aujourd'hui loin d'être acquis, étant donné la forte contestation que suscite cette démarche, parfois avec des arguments tout à fait légitimes, notamment lorsque les produits protégés ne présentent aucune caractéristique particulière, hormis leur provenance. Engagés dans le réseau OriGIn, les professionnels laitiers français sont partie prenante de ce débat. La protection internationale des IG est en effet une

---

<sup>61</sup> OriGIn, Document de position sur le futur des indications géographiques, 2005. Pour plus d'information, voir le site [www.origin-gi.com](http://www.origin-gi.com).

préoccupation forte des représentants des filières fromagères, comme en témoignent les ordres du jour des assemblées générales du CNAOL. Les enjeux liés à la reconnaissance des appellations d'origine au sein de la PAC et de l'OMC sont autant de défis qui posent la question de la pérennité des AOC fromagères, et des filières sous signe de qualité dans leur ensemble. Cette reconnaissance passe par une attention particulière portée à la typicité des produits, qui est le fondement du principe de l'origine. Cependant, les deux analyses qui viennent d'être réalisées font apparaître la nécessité pour les AOC de mettre en avant leurs apports en termes de développement comme un argument de leur légitimité, au-delà de leur lien au terroir. Les interrogations soulevées par les perspectives européenne et mondiale font donc une large place à la dimension territoriale

### **3. La nécessité d'un questionnement à caractère territorial : le lien entre AOC et développement**

La justification du principe de l'origine passe en effet par l'établissement de liens de causalité entre la qualité du produit et les caractéristiques de son aire de fabrication. Toutefois, il nous apparaît que cette logique de lien au terroir ne suffise à elle seule à légitimer le bien-fondé d'une protection juridique à travers des signes officiels de qualité. La reconnaissance de la Feta comme AOP au profit de la Grèce vient selon nous corroborer cette thèse. Obtenue en 2002, l'appellation Feta a suscité de vives protestations de la part de nombreux pays dans le monde, mais aussi en Europe, parmi lesquels l'Allemagne et le Danemark et la France, trois importants producteurs de ce fromage, dont la dénomination était jusque-là générique. En France, la fabrication de Feta constitue la principale source de diversification des industriels de la région de Roquefort, et représente une part importante de la valorisation du lait de brebis pour les producteurs. L'impossibilité d'utiliser cette dénomination pourrait créer un préjudice considérable pour la filière, et pour l'économie de la région dans son ensemble. Les professionnels de Roquefort sont d'autant plus opposés à cette démarche que le cahier des charges ne comporte aucune contrainte particulière, la zone de production correspondant à la Grèce dans son ensemble. En dépit de l'incontestable appartenance de la Feta au patrimoine hellénique, l'obtention de l'AOP met inévitablement en jeu la crédibilité de l'Union Européenne face à ses partenaires commerciaux, dans la mesure où les accusations de protectionnisme peuvent apparaître ici fondées. Cet épisode est également révélateur du manque de compétences de la Commission Européenne, qui apparaît démunie pour traiter ce genre de dossier. A l'image des procédures qui avaient cours en France avant la loi de 1935, ce sont les élus, et la Cour Européenne de Justice, qui sont obligés de trancher. Ainsi, en parallèle d'une adaptation de la réglementation, et de l'éventuelle création d'un "INAO européen", les enjeux soulevés mettent en lumière la nécessité d'autres formes d'argumentation, fondées sur une vision plus large. La contribution des filières sous signe de qualité au développement (économique, social, culturel) des espaces dans lesquels elles sont localisées nous semble un enjeu tout aussi fondamental, susceptible lui aussi d'affirmer la légitimité du principe de protection géographique.

Dans le cadre de la PAC, les filières sous AOP et IGP doivent, à travers la valeur ajoutée qu'elles génèrent, mettre en évidence leur apport en termes de maintien de l'activité agricole et agroalimentaire, notamment dans des zones rurales fragiles accusant un retard dans leur développement. La question territoriale doit donc se placer au même niveau que la préservation de l'environnement ou le bien-être des consommateurs. De même, au niveau de l'OMC, la légitimation des indications géographiques ne doit pas se faire uniquement sur le terrain commercial, mais mettre l'accent sur d'autres dimensions, au premier rang desquelles

figure le développement des pays les plus pauvres. La recherche de reconnaissance requiert donc une perspective territoriale. A travers l'exemple des AOC fromagères, c'est donc sur la contribution des filières au développement territorial que s'élabore la présente recherche. La construction de notre questionnement nous amènera donc à nous interroger sur la manière d'aborder ce problème complexe, en intégrant pour cela les spécificités de notre objet d'étude. Puis, il s'agira de formuler, puis de décliner, ce questionnement, ceci afin de poser les bases du modèle d'analyse destiné à répondre à ces interrogations.

### **3.1. Le développement à l'aune de la spécificité des AOC : des interrogations plus larges que la seule dimension agricole et la prise en compte d'une multiplicité d'acteurs**

Les profondes mutations qu'ont connues les agricultures française et européenne au cours des quarante dernières années ont notamment pris la forme d'un accroissement des disparités régionales entre des espaces aux fortes capacités productives et des espaces marginalisés. Conjuguée à l'évolution des attentes des consommateurs en termes de produits de qualité, ce processus s'est traduit à partir des années 1990 par une réorientation des politiques d'appui à l'agriculture vers une logique davantage territoriale. Le Contrat Territorial d'Exploitation (CTE), relayé depuis par le Contrat d'Agriculture Durable (CAD), symbolisent ainsi la reconnaissance institutionnelle d'un nouveau concept : celui de multifonctionnalité de l'agriculture. Derrière l'appui à des projets de territoire dans lesquels l'activité agricole joue un rôle à part entière, ces nouvelles réglementations sont fondées sur une appréhension renouvelée des dynamiques de développement, et reposent la question des fonctions de l'agriculture, qui n'a plus seulement vocation à produire et transformer des matières premières, mais aussi à se positionner sur des enjeux tout aussi fondamentaux, tels que les problèmes d'emploi, la qualité des aliments, le tourisme ou la préservation de l'environnement. Dans ce nouveau contexte, la valeur ajoutée et le maintien de l'activité économique induits constituent autant de fonctions non commerciales des filières agroalimentaires que l'on peut appréhender dans cette perspective. Le développement territorial est donc susceptible d'être reconnu comme un service à part entière rendu par l'agriculture. Cette analyse rejoint les réflexions de J. Néfussi, qui évoque à ce sujet le nouveau statut des filières, contraintes d'additionner de la valeur ajoutée à leurs produits par le biais de services répondant aux attentes de leurs clients (qualité, régularité, délai de livraison). L'émergence de la multifonctionnalité correspond ici à un phénomène de "tertiarisation" de l'agriculture, qui vient s'ajouter à celui d'industrialisation, amorcé au sortir de la Deuxième Guerre Mondiale. Les industries agroalimentaires, qui disposaient du pouvoir de prescription, laissent progressivement la place aux enseignes de la grande distribution (Néfussi, 2000).

Cependant, la nature même de notre objet d'étude nous amène à modifier partiellement cette perspective. Les filières sous signe de qualité diffèrent des filières "conventionnelles" par les missions supplémentaires qui leur sont assignées. En plus des exigences de rentabilité, de sécurité et de satisfaction des consommateurs, il s'agit également de contribuer au maintien de l'activité. Ces missions sont d'ailleurs formalisées dans les textes législatifs. L'article L. 640-1 du code rural stipule ainsi que : *"la politique conduite dans le domaine de la qualité et de l'origine des produits agricoles (...) doit répondre de façon globale aux objectifs suivants : promouvoir la diversité des produits et l'identification de leurs caractéristiques (...) pour renforcer l'information du consommateur et satisfaire ses attentes ; renforcer le développement des secteurs agricoles et alimentaires et accroître la qualité des produits par une segmentation claire du marché ; fixer sur le territoire la production agricole et*

*alimentaire et assurer le maintien de l'activité économique, notamment en zones rurales défavorisées (...); répartir de façon équitable la valorisation des produits agricoles, entre les agriculteurs (...), les transformateurs et les entreprises de commercialisation"*<sup>62</sup>. Source de complexité, ce positionnement est une caractéristique majeure des filières liées à une origine. Il est le résultat de l'évolution sociétale du statut des signes de qualité, qui sont passés de caution gastronomique à outil de développement agricole à part entière. A propos des produits de terroir dans leur ensemble (qui englobent les produits AOC), L. Bérard et P. Marchenay font référence à l'avènement de la société post-moderne, qui contribue à un intérêt renaissant pour ces produits, en dépit de la "fin des terroirs" évoquée par E. Weber. Les processus de (ré)appropriation émanent ainsi des différentes sphères de la société : économique, politique, touristique, aménagement du territoire, gestion du patrimoine (Bérard, Marchenay, 2004).

L'inscription du concept d'AOC dans les différentes sphères qui viennent d'être citées, et qui sont autant de dimensions du territoire, se réalise par l'établissement de liens entre les acteurs des filières et les acteurs issus de ces sphères : *"Pensé comme un élément de différenciation territoriale, le concept d'AOC est dès lors revendiqué par un très grand nombre d'acteurs selon des modalités et des objectifs différents :*

- *les élus locaux, soucieux du développement de leur territoire, notamment lorsqu'il s'agit d'espaces ruraux fragiles d'un point de vue économique ou démographique,*
- *les agents et organismes de développement (pays, parcs naturels régionaux...), pour qui le syndicat AOC est un interlocuteur dans les démarches de valorisation,*
- *les organisations professionnelles agricoles, préoccupées par le renouvellement des agriculteurs et l'installation. L'AOC est alors à même de participer à l'attractivité d'un bassin de production (prix du lait potentiellement plus élevé),*
- *les professionnels du tourisme, à la recherche d'éléments de différenciation territoriale, qui sont impliqués dans la promotion locale des AOC (manifestations, visites de fermes...). Les produits viennent alors élargir l'offre touristique locale,*
- *la population locale, pouvant jouer le rôle "d'ambassadeur" des produits auprès des touristes. L'AOC devient un vecteur identitaire participant à une cohésion sociale"* (Frayssignes, 2005, pp. 6-7).

Du fait de ces différentes formes de revendications, les produits d'appellation se retrouvent donc au centre de très fortes attentes qui sont au cœur des processus de développement territorial. Le lien entre AOC et développement ne relève donc pas que d'une problématique agricole, même élargie. Par ailleurs, la multiplicité des acteurs impliqués, conjuguée à la diversité des contextes territoriaux, nous amène à nuancer la relation entre existence d'une appellation et zone rurale fragile. Etablie très souvent de manière automatique par les chercheurs et/ou les acteurs sur le terrain, cette relation apparaît beaucoup plus complexe à l'épreuve des faits. Nous verrons ainsi que les enjeux liés à la présence d'un produit AOC peuvent être tout aussi forts dans des territoires caractérisés par des dynamiques économiques favorables. Mieux encore, les évolutions démographiques à l'œuvre dans certains espaces reposent la question du caractère rural des zones AOC. La recherche que nous proposons de réaliser doit donc tenir également compte de ces données.

---

<sup>62</sup> Article L. 640-1 du Code Rural, livre VI, partie IV : valorisation des produits agricoles ou alimentaires.

### 3.2. Vers la formulation d'une question de recherche fondée sur l'évaluation

Au vu de ce qui vient d'être dit, la contribution des filières AOC au développement territorial s'inscrit dans une perspective d'évaluation, qui répond à des besoins scientifiques et professionnels. A travers la construction d'outils méthodologiques aptes à rendre compte de la réalité, les chercheurs doivent fournir des éléments de réponses aux questions que se posent les acteurs de terrain. En l'occurrence, à travers une analyse de la capacité des filières à remplir leurs "missions territoriales", le travail d'évaluation vise à renforcer l'argumentation en faveur du concept d'appellation. Pour autant, notre recherche ne se pose pas en termes d'impact (économique, social ou d'une autre nature). Plusieurs raisons expliquent ce choix :

- la construction d'une problématique fondée sur l'impact implique la mise en œuvre de moyens – notamment statistiques – qui ne correspondent pas à ceux d'un travail de thèse. De plus, nous verrons que les difficultés méthodologiques engendrées par une telle posture rendent difficile la mise en évidence de résultats pertinents,
- dans le contexte actuel, les professionnels agricoles sont demandeurs d'outils d'aide à la décision leur permettant de se positionner par rapport à l'agriculture multifonctionnelle. Le caractère encore flou de ce concept nécessite de ce fait des éclaircissements qu'une approche en termes d'impact ne peut apporter à elle seule,
- les responsables de la filière laitière française et des filières AOC impliqués dans ce travail sont également attentifs aux conditions de réussite de ces filières, notamment à travers leur engagement dans des projets territoriaux de développement. Là encore, une étude d'impact se révélerait trop réductrice pour répondre à ces attentes, qui renvoient à la pérennité des systèmes d'appellation.

La question qui sous-tend notre recherche doit tenir compte de ces exigences. Cette question est ainsi formulée : *"comment les filières AOC fromagères s'inscrivent-elles dans les dynamiques de développement des territoires dans lesquels elles sont situées?"*.

A travers la recherche du "comment", cette formulation insiste davantage sur les modalités selon lesquelles les AOC contribuent au développement (et sur les outils à mettre en place pour rendre compte de cette contribution) que sur les résultats proprement dit. S'il est malgré tout bien évident que le travail doit déboucher sur des données objectives et comparables, les dynamiques de développement auxquelles nous faisons référence impliquent une démarche d'abord qualitative. Par ailleurs, l'idée d'inscription renvoie à la démarche géographique, elle signifie que l'appréhension des filières d'appellation et des acteurs qui les composent ne peut se faire hors de leur contexte territorial. C'est donc dans le but de répondre à cette question que nous proposons de construire un modèle d'analyse et un appareillage méthodologique élaborés à partir d'une notion qui nous apparaît fondamentale : l'ancrage territorial. Ce concept se veut un outil de compréhension des dynamiques impliquant un acteur, une organisation ou une activité économique et un territoire, appréhendé à travers ses multiples dimensions (économique, sociale, politique, culturelle, identitaire...).

A travers cette approche en termes d'ancrage territorial, il s'agit également d'inscrire notre démarche dans la problématique du développement territorial, et de réfléchir à la construction, sinon de modèles, mais du moins d'outils aptes à l'analyse de ces processus. Enfin, l'ancrage revêt également une vocation opérationnelle, à travers la pérennité même des filières AOC. L'ancrage en tant que modèle vise à répondre à ces objectifs complémentaires :

- mieux appréhender les relations réciproques entre une filière AOC et son espace,
- comprendre comment l'AOC s'inscrit dans les enjeux de développement,
- réfléchir à la manière dont les engagements territoriaux de la filière peuvent avoir des retombées positives sur son activité productive.

La construction d'une grille de lecture constitue le premier volet de notre travail. L'ancrage territorial est un processus à appréhender dans sa temporalité et dans sa réciprocité. Si l'activité économique générée par les filières tend à produire du territoire, ce dernier imprègne en retour la structure et le fonctionnement des filières. Le processus est à relier avec les mutations institutionnelles et économiques auxquelles la filière laitière est aujourd'hui confrontée. Dans un second temps, il s'agit de mettre en évidence les modalités selon lesquelles les filières AOC s'inscrivent dans les enjeux de développement. Outre l'activité productive liée à la présence d'une appellation, notre recherche doit s'attacher à analyser les formes de coordinations entre les acteurs de la filière et ceux des territoires. La nature même de notre objet nous amènera ainsi à réfléchir aux processus de qualification induits par la communication faite sur le produit : quels sont les composantes (et les échelles) du territoire qui sont mises en valeur ? En dernier lieu, la mise en place de ces stratégies dites "territoriales" par les filières AOC doit être replacée dans la perspective de la valorisation du produit. La vigilance accrue des consommateurs nous semble être un facteur propice à ces démarches. En s'appuyant sur le territoire, les acteurs espèrent obtenir un bénéfice en retour, (image, notoriété). Globalement, c'est la différenciation du produit à travers le renforcement de sa légitimité territoriale qui est recherchée. A l'échelle locale et régionale, cette volonté des acteurs des filières est susceptible de trouver un écho favorable auprès des professionnels du tourisme. Les fromages AOC constituent en effet des vecteurs de communication intéressants qui, éventuellement associés à d'autres éléments, peuvent contribuer à renforcer l'attractivité des espaces touristiques. Comment ce "cercle vertueux"<sup>63</sup> entre produit et territoire peut-il se réaliser ? Quels sont les blocages, les conflits, auxquels les acteurs sont confrontés ? La construction de notre modèle devra donc s'appuyer sur les recherches consacrées au lien entre activité économique et territoire. Le caractère transversal et pluridisciplinaire de notre questionnement nous amènera à mobiliser des travaux issus de diverses sciences sociales extérieures à la Géographie (notamment Economie et Sociologie). Elaboré en premier lieu sur la base des enjeux européens et internationaux, ce modèle trouve sa finalité aux échelles locales et régionales, qui constituent une des clés de voûte de la justification de ces filières.

En conclusion, les différents éclairages de notre objet d'étude mis en évidence dans la première partie ont fait apparaître son caractère multidimensionnel, et les différentes manières de l'appréhender. Aux échelles européenne et mondiale, cette diversité de perception est décuplée. Les fortes oppositions au principe de l'origine constatées dans certains pays révèlent toutes les difficultés à faire reconnaître le concept d'appellation. Ce contexte particulier est selon nous apte à justifier la présente recherche. Le développement territorial se situe en effet à la croisée d'enjeux fondamentaux, tant dans la justification et la pérennité des appellations que dans les attentes des acteurs locaux (élus locaux, agents de développement). La construction du concept d'ancrage passe dans un premier temps par un éclairage approfondi des recherches mettant en évidence la dimension territoriale des filières. Avant de nous interroger sur la notion de développement territorial et sur les différentes manières de l'aborder, cette analyse constitue la première étape de notre démarche.

---

<sup>63</sup> Selon l'expression empruntée à A. Mollard (2001).

## **Chapitre 2**

### **La construction de la dimension territoriale des filières**

**Un éclairage spécifique de la question des liens  
entre activités économiques et territoires**



En dépit de ses spécificités, l'analyse de notre objet d'étude renvoie à une forme particulière de la question des liens entre activités économiques et territoire. Dans les sciences sociales, les problématiques spatiales ont connu au cours des vingt dernières années un essor considérable et s'affirment aujourd'hui comme essentielles, ce qui donne lieu à d'importants renouvellements dans les interrogations des chercheurs. Le territoire étant au cœur de la discipline géographique, il importe selon nous montrer la contribution de la Géographie à ce paradigme spatial en évolution. Ce chapitre constitue donc une première étape dans la construction d'une grille de lecture des interactions entre activités économiques et territoires. Fondé sur une approche récursive, le concept d'ancrage vise à appréhender les processus de construction territoriale engendrés par les dynamiques économiques, ainsi qu'à expliciter la manière dont les caractéristiques d'un territoire imprègnent ces mêmes dynamiques.

L'exemple des liens entre filières de production et territoires permettra ainsi de mettre en évidence les approches développées par différents courants géographiques et de faire apparaître les profonds bouleversements induits par l'émergence de la problématique de la qualité. Issues en premier lieu de l'Economie, ces questions vont contribuer à un certain rapprochement entre les deux disciplines, à travers la clarification de la dimension territoriale dans les travaux consacrés aux filières. De simple ressource – voire support – à exploiter, le territoire devient progressivement un objet traversé de dynamiques diverses (économiques, sociales, identitaires, politiques), ce qui rend nécessaire son explicitation en tant que concept. Ainsi donc, en nous appuyant sur les travaux géographiques consacrés aux liens entre filière et territoire, il conviendra dans un premier temps de faire apparaître les différentes dimensions territoriales nées de l'émergence du paradigme qualitatif. C'est dans le prolongement d'un certain nombre de ces travaux que nous pourrons dans un second temps nous intéresser à la notion de territoire pour elle-même, aussi bien à travers les processus qui concourent à sa construction qu'à travers ses effets sur l'activité économique. Cette démarche en deux temps est un préalable nécessaire à la construction du concept d'ancrage territorial.

# **I. De la filière au territoire : la qualité pour renouveler les questionnements relatifs aux bassins de production et aux terroirs**

L'analyse des liens filière / territoire en Géographie est aujourd'hui encore marquée par l'histoire de la discipline, partagée entre une orientation naturelle et une orientation plus humaine. Jusqu'à une période récente, les travaux géographiques portant sur l'activité agricole s'inscrivent assez nettement dans l'un ou l'autre de ces deux champs. L'émergence et le renforcement de la problématique liée à la qualité renouvellent profondément ce clivage, sans toutefois le remettre en cause. Bien que toujours présente, la dimension naturelle cède quelque peu sa place à des considérations davantage économiques et sociales. Les liens entre nature et société ne sont plus abordés de manière frontale, mais en filigrane. La diversité des travaux géographiques sur ce thème est immense. Nous avons fait le choix d'une présentation à dominante historique<sup>64</sup>, afin de mettre en évidence la construction progressive d'un appareillage théorique. Les différents courants qui seront abordés permettront de poser les premiers jalons de notre démarche. Revisités par la qualité, ces courants seront dès lors confrontés à différents travaux économiques. Cet élargissement mettra en lumière les différentes dimensions territoriales qui serviront de base à la suite de la démonstration.

## **1. Les approches de la Géographie classique : la recherche de particularités**

En France, la Géographie dite classique s'était fixée comme objectif d'analyser la diversité des milieux par le prisme des combinaisons entre les facteurs naturels et les facteurs humains. Cette orientation a fortement influencé les recherches menées sur l'agriculture jusqu'à une époque récente. On verra plus loin que l'émergence des préoccupations liées à la qualité va relancer cet attrait pour la dimension naturelle à travers la notion de terroir.

Née vers le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle, la "Géographie Agraire" est selon A. Bailly représentative de cette géographie classique fondée par Paul Vidal de la Blache<sup>65</sup>. Ce courant est fondé sur l'étude des paysages et des structures socioéconomiques liées à l'activité agricole, dans un contexte où la France est majoritairement rurale. Les préoccupations des chercheurs concernent donc le parcellaire (clivage openfield / bocage), les structures d'exploitation et le mode de faire-valoir (fermage, métayage...). Chaque unité paysagère est fondée sur un équilibre entre le milieu naturel et l'activité humaine (Bailly, 1995). La prégnance du contexte physique amène les géographes à parler de "genre de vie" pour désigner une activité productive, qui se réalise au gré des saisons (récolte des fourrages, montée en alpage)<sup>66</sup>. Après les années 1950, avec les prémisses de la "Révolution Silencieuse"<sup>67</sup>, cette Géographie Agraire laisse peu à peu la place à une géographie davantage tournée vers l'agriculture et les sciences économiques. Les écrits perdent alors de

---

<sup>64</sup> Nous avons surtout insisté sur les recherches se rapportant à l'activité laitière et fromagère.

<sup>65</sup> Les manuscrits de l'auteur publiés par E. De Martonne nous donnent une idée de la pensée vidalienne (*Principes de Géographie Humaine*, 1995). Voir aussi les chapitres qui y sont consacrés dans les ouvrages de R. Marconis (*Introduction à la Géographie*, 1996) et de J. Scheibling (*Qu'est-ce que la Géographie ?*, 1994).

<sup>66</sup> A propos de nos terrains d'étude, citons P. Arbos, (1922), *La vie pastorale dans les Alpes Françaises*. Voir également P. Marres, (1935), *Les grands causses, étude de géographie physique et humaine*.

<sup>67</sup> Selon l'expression employée par M. Debatisse pour qualifier la période de forte modernisation de l'activité agricole en France à partir des années 1960 (Debatisse, 1963).

leur caractère souvent littéraire et descriptif pour acquérir une dimension davantage scientifique, avec le recours de plus en plus systématique à l'outil statistique. Des avancées théoriques importantes, mais passées totalement inaperçues jusqu'alors, sont redécouvertes, comme celles de J. Von Thünen à propos de la répartition des activités agricoles en aires concentriques à partir d'une ville centre en fonction des coûts de transport, théorie proposée dès 1826<sup>68</sup>. Sans être délaissés, les caractères naturels sont mis sur le même plan que les aspects humains. On ne parle plus d'adaptation des sociétés à leur milieu, mais d'interactions réciproques, de combinaisons. Ainsi, P. George présente l'analyse des milieux ruraux comme celle des relations entre l'homme et le milieu. La Géographie en tant que science de synthèse doit pouvoir rendre compte de la diversité des situations rencontrées à travers toutes les dimensions : économique, sociale, agronomique, pédologique. L'activité agricole, fondement de la vie rurale, est d'ailleurs appréhendée comme le croisement entre les conditions naturelles et les sociétés et leurs techniques (George, 1978).

Du fait de cet héritage, les recherches portant sur l'activité agricole vont donc être fondées sur des approches à dominante monographique et idiographique (échelle régionale le plus souvent). Pour ce qui concerne les fromages, une bonne illustration de cette diversité nous est donnée par l'ouvrage "Histoire et Géographie des fromages", paru en 1987. Ce document aborde un large éventail de thématiques, allant de la dimension technique et technologique aux phénomènes économiques et spatiaux, en passant par la sphère sociale et culturelle. Les exemples concernent aussi bien la France que l'étranger, avec des entrées par produit (Maroilles, Camembert, Munster...) ou par une entité géographique (Meuse, Perche, Afghanistan, Turquie, Italie...) (Brunet (dir.), 1987). Les réflexions épistémologiques ne sont pas absentes de ces travaux. Dans sa thèse consacrée à l'élevage en Normandie, A. Frémont indique d'emblée que son travail a vocation à dépasser le simple cadre analytique, en privilégiant la notion de combinaison géographique, défendue notamment par P. George. L'auteur avoue très vite avoir privilégié les facteurs sociaux dans sa démarche : *"Mais au terme de mes recherches, je me demande si le titre ne devrait pas se transformer encore pour devenir "Les éleveurs de Normandie" (...). Tous les hommes que j'ai rencontrés m'ont intéressé. Les emboucheurs de Bazoches, les petits paysans du Bocage Virois, les fermiers du Pays de Caux ont de trop fortes personnalités pour se laisser cerner par des tableaux, des statistiques, des systèmes"* (Frémont, 1967, p. 11 et 13). En ce sens, ce travail préfigure la réflexion de l'auteur sur les notions de perception et de représentation, synthétisée dans un ouvrage fondateur ("La région, espace vécu") qui paraîtra en 1976.

Sans faire référence ni à la filière ni au territoire, ces travaux illustrent la diversité des approches possibles et mettent en évidence deux angles importants :

- une entrée "naturelle", où l'activité agricole renvoie à une confrontation entre l'homme et son milieu, sans que l'idée de lien au terroir ne soit encore évoquée,
- une entrée plus "humaine", où l'activité agricole est abordée à travers ses implications sociales et économiques.

Caractéristique de l'évolution de la discipline, ce clivage semble avoir profondément imprégné les recherches réalisées par la suite dans des cadres théoriques davantage élaborés.

---

<sup>68</sup> Voir à ce sujet J.-M. Huriot, (1994), *Von Thünen, Economie et espace*.

## 2. Les avancées de la Géographie Agricole : la mobilisation de la notion de filière dans une perspective spatiale

### 2.1. Les mutations des industries agroalimentaires et leurs conséquences spatiales

Les profonds bouleversements de l'activité agricole des pays industrialisés après les années 1950 vont contribuer à l'émergence d'une "Géographie Agricole", fortement tournée vers la dimension économique. Considérant les Industries Agroalimentaires (IAA) et leur tendance à la concentration, de nombreuses recherches s'intéressent aux conséquences spatiales de ces évolutions, notamment du point de vue des agriculteurs. F. Plet met ainsi en évidence la propension des entreprises à orienter l'agriculture d'une région à travers l'exemple de la Limagne, où les surfaces en herbe laissent progressivement la place à une spécialisation céréalière (maïs). Le groupe coopératif Limagrain joue le rôle d'un "intégrateur", à travers l'établissement de liens juridiques (contrats) et techniques (appui) avec les agriculteurs. Ses exigences (volumes, régularité) l'amènent à intervenir directement sur le terrain pour contribuer à un affranchissement du milieu naturel (écoulement des eaux, sécheresse) : *"Les liaisons de chaque exploitation avec un ou plusieurs pôles du système agroalimentaire local constituent la trame dominante qui explique les orientations actuelles de la production agricole (...). Au total, la Limagne apparaît être une sorte de laboratoire pour l'analyse du rôle des firmes agroalimentaires dans les orientations ou les réorientations successives de l'agriculture"* (Plet, 1983, p. 22). Dans une perspective similaire, les relations entre agriculture et IAA sont analysées par D. Roméas dans le département de l'Aveyron. L'auteur constate également le processus d'intégration des paysans dans une économie marchande et capitaliste, ainsi que les profondes transformations de leurs pratiques et de leurs modes d'organisation. L'exemple aveyronnais lui permet malgré tout de nuancer cette apparente soumission en montrant la persistance de particularités locales (Roméas, 1982).

Ce courant de Géographie Agricole délaisse quelque peu les aspects naturels, étant donné les progrès techniques réalisés. La montée en puissance des IAA modifie le changement de statut du paysan, qui devient maillon d'une chaîne, fournisseur de matière première. L'orientation des régions agricoles par l'industrie est donc réelle, mais avec des variantes. Dans sa thèse consacrée aux activités avicoles et porcines, J.-P. Diry estime que *"sans tomber dans un déterminisme étroit, depuis longtemps rejeté, il est évident que la nature "suggère" à l'agriculteur les orientations qu'il va choisir. Tout l'art du paysan ne consiste-t-il pas à savoir utiliser au mieux les atouts d'un cadre physique mis gratuitement à sa disposition ?"* (Diry, 1985, p. 10). Le recours à la dimension physique pour expliquer les dynamiques agricoles apparaît moins nécessaire qu'auparavant. Les agriculteurs s'affranchissent peu à peu des contraintes naturelles, ce qui oblige les chercheurs à s'intéresser aux évolutions techniques et économiques : *"Le sort de l'aviculteur breton n'est pas lié aux sautes d'humeur du climat océanique mais dépend de la politique des prix conduite à Bruxelles, des fluctuations des cours de la Bourse de Chicago (...). L'horizon du paysan n'est plus limité aux frontières de sa commune. Il s'intègre désormais dans un espace économique aux dimensions planétaires"* (p. 11). Le rôle du géographe consiste donc à donner une perspective spatiale à ces évolutions<sup>69</sup>.

---

<sup>69</sup> Fondée notamment sur l'origine du capital, la thèse de C. Canevet sur l'agriculture bretonne (1992) est une autre application du courant de Géographie Agricole. Voir également les thèses de L. Rieutort sur l'élevage ovin (1993) et de C. Le Menée sur les laiteries du Nord Pas-de-Calais (1994).

Cette posture a-déterministe se retrouve également chez certains économistes. Dans son analyse du modèle agricole jurassien et de la production de Comté, P. Perrier-Cornet explicite les fondements territoriaux de l'activité agricole. L'échelle régionale est appréhendée comme une double interface : secteur / territoire d'une part, et local / global d'autre part. L'auteur tente de cerner les facteurs d'évolution de l'agriculture, en partant du principe que les fondements sociaux de l'activité agricole jurassienne diffèrent de ceux observés à l'échelle nationale. Inséré dans un contexte national intensif (France laitière et fromagère de l'Ouest), le "modèle jurassien" se distingue par une trajectoire différente : *"La modernisation des exploitations d'élevage s'est réalisée dans le cadre du système artisanal de transformation laitière (...). La grande époque de la modernisation agricole a peu bouleversé le système productif, les innovations mises en œuvre ne mettant que partiellement en cause l'organisation agraire précédente"* (Perrier-Cornet, 1986, pp. 71-72). Les fondements du développement agricole renvoient à des *"caractères historiques, sociaux et naturels du milieu régional"* (p. 75). Les années 1970 vont voir l'émergence d'une élite de producteurs qui vont mettre en place une stratégie d'intensification spécifique (amélioration génétique, contrôle laitier, pratiques fourragères fondées sur la prairie permanente), stratégie rendue possible par la présence d'une main-d'œuvre familiale abondante. La présence d'organismes d'appui technique et de développement agricole a joué un rôle décisif, organismes qui rappellent fortement les "structures d'encadrement" étudiées par le géographe P. Gourou dans les pays tropicaux (Gourou, 1982). P. Perrier-Cornet remet donc en cause les analyses trop "naturalistes" : *"Tous ces éléments socio-économiques doivent être pris en compte pour éclairer la dynamique de l'agriculture jurassienne dans les trente dernières années. Ils permettent déjà de dépasser l'analyse en termes de "handicap de productivité" dû aux conditions naturelles, trop souvent sollicitée pour expliquer l'histoire et les mécanismes du développement régional inégal, qui conduisent à l'existence de zones dites défavorisées ou difficiles"* (p. 111). Le développement agricole régional est donc fondé sur une accumulation de capital, financier certes, mais également humain (compétences). En ce sens, cette réflexion menée dans le milieu des années 1980 préfigure déjà des écrits plus récents sur l'importance du capital organisationnel dans une trajectoire régionale, écrits sur lesquels nous nous appuierons dans le chapitre consacré au développement territorial<sup>70</sup>.

La différence de posture apparaît donc relativement claire, là où les géographes s'intéressent à la manière dont les industries agroalimentaires projettent leur organisation sur un territoire, les économistes sont davantage préoccupés par l'articulation entre des logiques distinctes. C'est d'ailleurs à cette époque que le terme de filière commence à être employé par les géographes, en tant que concept rendant compte d'une réalité.

## 2.2. Le bassin de production comme traduction spatiale de la filière

Issue de l'école française d'Economie Industrielle, en réaction aux recherches anglo-saxonnes consacrées à "l'Industrial Organization", et menées notamment par A. Marshall, la notion de filière apparaît dans les années 1960-70 sous l'impulsion d'Y. Morvan et de M. Rainelli, comme composante d'une nouvelle structure de pensée destinée à analyser le système productif et les stratégies des firmes. Selon Y. Morvan, le concept de filière serait officiellement né avec l'organisation d'un colloque de l'ADEFI en 1978. Michel Rainelli souligne quant à lui la spécificité française du terme, qui ne connaît pas d'équivalent en anglais. L'analyse en termes de filière renvoie à l'idée selon laquelle les unités économiques

<sup>70</sup> Voir notamment F. Aubert, M. Guérin, P. Perrier-Cornet (2001).

exercent entre elles des relations de domination (Arena, De Bandt, Benzoni, Romani (dir.), 1988). Définie par F. Lauret comme *"La représentation d'un ensemble différencié et structuré, centré sur un produit et relativement isolable au sein du système économique global (...), qui inclut tous les stades par lequel passe un produit, toutes les formes de production, d'échange et de consommation concernant le produit"*, la filière renvoie à un enchaînement d'opérations, de la matière première au produit fini (Lauret, 1983, p. 733).

En tant qu'outil de représentation du réel, l'intérêt principal de la notion réside dans sa capacité à transcender les découpages traditionnels en secteurs du système productif (primaire, secondaire et tertiaire). C'est le produit lui-même qui conditionne les limites de l'objet à étudier. La filière a donc été destinée en premier lieu à analyser la structure et le fonctionnement d'un sous-système par rapport à un ensemble plus large. Il en résulte de nombreux travaux empiriques centrés sur des produits divers (textile, électronique, bois...). L'analyse s'est ensuite progressivement enrichie à partir d'apports extérieurs. La dimension technologique a été notamment introduite, l'innovation devenant dès lors un élément structurant du système productif. Une autre série de travaux a permis de s'intéresser plus précisément aux relations qui existaient entre les acteurs : la filière s'est donc muée en cadre d'analyse des stratégies, des comportements et des rapports de force. A ce sujet, L. Creton précise que *"le concept de filière auquel nous nous référons ne se réduit pas à sa dimension productive et technologique (...). La filière est le cheminement qui assure (...) le déplacement du champ d'activité de la firme. Ce déplacement du champ d'activité parmi les segments stratégiques repose sur une prise en compte aussi fine que possible des liens directs mais aussi indirects qui existent et qui peuvent s'établir"* (Creton, 1985, p. 95). L'introduction de l'analyse stratégique a contribué à une avancée importante. Le fait de considérer les acteurs comme étant intégrés à un ensemble plus vaste et liés entre eux par des relations, et non pas comme des agents isolés, a ouvert d'importantes perspectives.

Notamment sous l'impulsion de l'INRA, la notion de filière a été ensuite appliquée au secteur agroalimentaire, en prolongement des travaux menés par A. Goldberg et J. Davis sur le concept "d'agribusiness" (Davis, Goldberg, 1957). Paru en 1983, le n°17 de la revue *Economies et Sociétés* intitulé "Filières et systèmes agro-alimentaires" est une bonne illustration des applications possibles de la notion. Dans ce numéro, F. Lauret met en évidence le clivage entre des travaux essentiellement quantitatifs, visant à la mesure de l'activité économique (prix, productivité...), et des travaux fondés sur l'analyse du fonctionnement et de l'évolution de ces filières (intégration verticale, concentration des capitaux...) (Lauret, 1983, pp. 732-733). Des auteurs comme J.-P. Charvet se sont appuyés sur ces travaux pour analyser l'évolution de l'agriculture. Celui-ci définit la filière comme une combinaison entre un système de production agricole et un système d'encadrement (Charvet, 1985).

Dans une perspective similaire, J.-P. Diry propose quant à lui la notion de "bassin de production" pour mettre en évidence l'inscription spatiale des filières. Cette avancée théorique nous semble importante à souligner ici. Sans parler d'intégration totale, le renforcement des liens entre agriculteurs et industries d'amont et d'aval a contribué à l'émergence de filières de production, dont la trajectoire est en partie sous-tendue par des rapports de force entre des extrêmes amont et aval, souvent concentrés (fournisseurs d'aliments, industriels, distributeurs...), et un maillon central, constitué par les exploitations agricoles. La notion de filière désigne ici les étapes successives de la fabrication d'un produit. L'usage de ce terme devient donc pertinent, en même temps qu'émergent et se renforcent les processus d'intégration des agriculteurs (Diry, 1985, 1997). Le bassin de production d'une filière regroupe donc les agriculteurs, les industries d'amont et d'aval et les opérateurs de la

distribution. La cartographie de ces maillons fait apparaître des échelles d'analyse différentes, articulées du local (agriculteurs et industries de première transformation) au global (marchés de consommation) (Diry, 1997). Les liens entre filières et territoires sont donc abordés ici dans une perspective économique. Les géographes appréhendent les entreprises à travers leur propension à générer des espaces productifs dédiés à un produit. Cette approche s'est révélée particulièrement pertinente pour rendre compte du contexte lié à la Révolution Silencieuse et de l'entrée de l'agriculture dans une dynamique industrielle et marchande.

### 2.3. AOC fromagères et filière : quelle pertinence ?

Du fait de son histoire, la notion de filière est difficilement traduisible dans les autres langues, notamment en anglais<sup>71</sup>. Son caractère relativement flou pose en permanence la question de la pertinence de son utilisation, ce qui amène un certain nombre de chercheurs à utiliser des termes différents, comme système agro-industriel. C'est par exemple le cas de la géographe M. Guibert, qui dans sa thèse consacrée aux nouvelles stratégies territoriales des tritrateurs de soja, justifie son choix par une plus grande adéquation avec la réalité sud-américaine, même si elle est consciente des faibles différences entre les deux termes. Nous partageons son analyse lorsqu'elle explique que le système agro-industriel (SIA) attache une place plus importante à la dimension marchande, aux consommateurs et aux canaux de distribution, qui sont les véritables "channel captains" (capitaines de filière). A l'inverse, la filière semble davantage privilégier les produits et l'offre (Guibert, 1999). Dans la même perspective, M. Champredonde évoque la notion de "market-oriented" pour qualifier le SIA, la filière étant quant à elle "product-oriented" (Champredonde, 2001).

Même si elle est mince, cette distinction est selon nous fondamentale. De par sa démarche, le produit AOC se différencie d'un produit marqueté ou d'un produit de masse comme le soja. La dimension marchande est certes essentielle, mais abordée de manière différente. Le cadre juridique inhérent à une appellation conditionne en partie les caractéristiques finales du produit. L'adaptation aux exigences des consommateurs est bien entendu possible, mais toujours dans un cadre préétabli, lui-même hérité d'une histoire plus ou moins longue. Le produit marqueté est quant à lui conçu en fonction d'une demande préalable, la démarche est donc inversée<sup>72</sup>. Le leitmotiv de l'AOC serait donc de vendre ce que l'on a produit, et non pas de produire ce que l'on veut vendre.

L'usage du terme de filière peut malgré tout se faire à partir de la sphère marchande. S. Koulytchizky souligne d'ailleurs très bien que le point de départ de l'analyse est fondamental : *"Tantôt, la filière est définie par rapport à un marché de consommation (...). A ce titre, on pourrait parler de filière "dessert lacté" par exemple (...). Tantôt elle est définie par référence à l'utilisation d'une même matière première. Nous aurons alors ce même exemple avec la filière "lait". De tels points de départ ne sont pas neutres en ce sens qu'ils impliquent des attitudes différentes, des philosophies différentes à l'égard du domaine concerné. Une filière "lait" mettra en évidence les préoccupations du producteur de base : régularité d'écoulement de ses produits, revenu garanti, coût minimisé. La filière "dessert lacté" partira des souhaits du consommateur et des organisations qui le représentent : meilleure qualité, au meilleur prix, dans les meilleures conditions d'achat"* (Koulytchizky,

---

<sup>71</sup> Dans certains textes, on trouve parfois le terme "channel", que l'on peut traduire par "canal de distribution".

<sup>72</sup> Déjà évoqué, le Saint-Agur, produit concurrent du Roquefort, s'inscrit dans cette démarche. Ce produit a été lancé à partir des inconvénients du Roquefort évoqués par les consommateurs : goût trop prononcé, texture friable. Le Saint-Albray (vis-à-vis du Saint-Nectaire) et l'Etorki (Ossau-Iraty) relèvent de la même logique.

1985, p. 134). Ce sont pour les mêmes raisons d'adéquation à une réalité que nous justifions l'usage de la notion de filière dans notre propre recherche. En partant d'une logique d'offre et en insistant sur les relations entre les acteurs, la notion de filière se révèle pertinente pour rendre compte des dynamiques inhérentes à un produit d'appellation. Nous ne négligeons pas malgré tout l'environnement marchand dans lequel évoluent les AOC. Nous avons vu que les différences étaient minimes, mais réelles. Nous adoptons donc une attitude pragmatique, et nous appuyons sur la conclusion de l'auteur cité précédemment : *"L'analyse de filière peut être initiée en amont ou en aval, par les producteurs, les consommateurs, les transformateurs, les distributeurs. Il faut simplement connaître le donneur d'ordres et être conscient de l'approche différente des problèmes que ceci implique"* (Koulytchizky, 1985, p. 134).

### **3. Les liens filière / territoire à travers le prisme du terroir**

En partie inspirés par le courant de Géographie Agricole, certains auteurs appréhendent les mutations quantitatives de l'agriculture et leurs répercussions sur des systèmes productifs traditionnels. La très riche étude de D. Ricard consacrée aux montagnes fromagères françaises s'inscrit dans cette perspective. Les filières laitières montagnardes sont en effet confrontées à des évolutions majeures (progrès techniques, capitalisation, accroissement de la productivité, constitution de groupes industriels, concurrence...) qui remettent fortement en cause leurs caractéristiques traditionnelles, héritées d'une longue histoire. L'accent est tout particulièrement mis sur les aspects techniques : pratiques d'élevage, races et alimentation des animaux. La diffusion spatiale du modèle laitier issu de la plaine pose problème en montagne, étant donné ses handicaps naturels. La nécessaire adaptation des structures d'altitude perturbe donc les équilibres socioéconomiques locaux. Un chapitre spécifique est consacré aux AOC fromagères de montagne, dont la philosophie va a priori à l'encontre des logiques libérales et industrielles, ce qui occasionne également des remises en cause importantes. L'auteur oppose les AOC qu'il qualifie de "libérales" (Massif Central notamment), où les conditions de production sont peu ou pas précisées, aux AOC plus contraignantes de l'Est Central, fondées sur des cahiers des charges stricts, avec par exemple une obligation de races locales et une absence d'ensilage (Ricard, 1993). Ce clivage est repris dans un travail postérieur : *"Les six AOC du Jura et des Savoies sont régies par des textes particulièrement précis et rigides, qui expriment une forte volonté de défense d'un produit (...). La production de lait, tout d'abord, est sérieusement réglementée (...). La transformation fromagère est, quant à elle, soumise à de nombreuses contraintes, à commencer par l'instauration de délais d'emprésurage, qui limitent le stockage et le report du lait (...). Hors de l'Est Central, les AOC reposent sur des textes réglementaires beaucoup moins rigides présentant souvent des contraintes minimalistes. Cette situation est indépendante des types de fromages, du milieu géographique ou de la date d'obtention du label. Elle s'explique, globalement, par la présence de décideurs qui n'ont pas souhaité – ou pas pu – enrayer les évolutions naturelles conduisant à une augmentation des volumes et à une certaine industrialisation de la transformation fromagère"* (Ricard, 1997, p. 108 et 110).

Fondée sur des pratiques productives et un lien à l'espace différents, cette distinction est perceptible à travers l'approche économique des stratégies d'acteurs. Ainsi, P. Perrier-Cornet compare la Franche-Comté avec l'Auvergne et la région italienne d'Emilie Romagne (fabrication de Parmesan). Il parvient à mettre en évidence deux modes de fonctionnement qui se rapprochent fortement des deux situations décrites par D. Ricard :



- des systèmes productifs où dominent les stratégies individuelles de petites entreprises, l'objectif est le maintien de ces structures, vouées à disparaître dans un marché concurrentiel. C'est le cas des systèmes Comté et Emilié Romagne,
- des systèmes laitiers où domine un pôle industriel, pour lequel l'AOC n'est qu'un volet dans une stratégie globale. La filière Cantal correspond assez bien à cette situation. La rente est alors majoritairement captée par l'industrie (Perrier-Cornet, 1990 et 1992).

Quoi qu'il en soit, l'attention du géographe est portée ici non plus aux orientations productives des éleveurs, mais au caractère traditionnel des pratiques et à la pérennité des filières. La perspective spatiale n'est plus seulement celle des bassins de production, mais également celle du lien entre le produit et son terroir d'origine, pensé ici comme la résultante entre des conditions naturelles et des savoir-faire<sup>73</sup>. La confrontation entre pratiques anciennes et innovations constitue un moteur d'évolution des filières montagnardes.

La thèse de C. Delfosse consacrée à La France Fromagère s'appuie davantage sur une approche historique que technique, mais avec toujours comme clé de lecture le lien au terroir. L'auteur observe la diversité des contextes fromagers régionaux et leur confrontation avec des logiques qualifiées "d'uniformisatrices" (habitudes des consommateurs, standardisation de la fabrication, normalisation législative). La notion de terroir est questionnée dans sa capacité à rendre compte de ces évolutions, et des liens qui existent entre les fromages et leur espace. Le terroir renvoie également aux conditions naturelles (notamment les herbages) et aux savoir-faire des fromagers, mais joue également le rôle d'un vecteur identitaire national, puis régional. La notion connaît aujourd'hui un regain d'attention, elle subit des remises en cause, notamment à l'échelle européenne. Même si la démonstration du lien fromage / terroir est plus difficile à démontrer que pour le vin, l'approche de l'auteur permet de distinguer des fromages génériques "ubiquistes", pouvant être fabriqués partout, et des fromages possédant une appellation d'origine, dont les caractéristiques sont liées à un espace (Delfosse, 1992).

Les composantes du terroir identifiées par D. Ricard et C. Delfosse apparaissent en définitive relativement étendues, elles sont reprises et synthétisées par les économistes D. Barjolle, S. Boisseaux et M. Dufour, qui lui attribuent trois modalités de construction :

- agronomique (terroir comme support pédoclimatique),
- technique (terroir comme espace de savoir-faire et de pratiques),
- historique, culturelle et symbolique (terroir comme vecteur de traditions et d'usages localisés) (Barjolle, Boisseaux, Dufour, 1998).

Dans les deux recherches qui viennent d'être évoquées, la référence au terroir permet de mettre en avant l'extrême diversité des situations rencontrées. Les études de terrain réalisées fournissent de très nombreuses informations sur la nature intime des liens qui unissent le produit et son espace. La nature même de notre objet d'étude implique nécessairement de questionner les pratiques traditionnelles, et rend de ce fait pertinente la notion de terroir, même si nous allons voir que cette dernière se révèle insuffisante.

---

<sup>73</sup> Le terme de "terroir" est d'ailleurs présent dans le sous-titre de la recherche : D. Ricard (1993) : *Les montagnes fromagères en France : terroirs, agriculture de qualité et appellations d'origine*.

#### 4. Filière et qualité : l'émergence de nouvelles perspectives territoriales pour les économistes

Le profond bouleversement des systèmes productifs, aussi bien dans le secteur agroalimentaire qu'ailleurs, a provoqué depuis une quinzaine d'années un large renouvellement de tout un pan de la recherche. Pour G. Allaire et R. Boyer, cette transformation prend la forme d'une mutation des institutions économiques et de l'émergence de modèles alternatifs au fordisme. De nouvelles formes de coordination apparaissent, fondées notamment sur la construction de nouveaux critères de qualité (Allaire, Boyer, 1995). Dans un autre ouvrage fondateur, F. Nicolas et E. Valceschini estiment que *"ces évolutions permettent d'avancer que l'économie est entrée dans une véritable dynamique de la qualité"* (Nicolas, Valceschini, 1995, p. 16). L'activité agroalimentaire n'échappe pas à cette tendance : *"La dynamique de la qualité agroalimentaire a pour conséquence une modification profonde aussi bien des rapports de concurrence que des modes de coordination"* (p. 35). La qualité renvoie effectivement à une question de coordination entre acteurs, ainsi qu'à un nouveau principe de concurrence, notamment à travers les enjeux de certification. Les nouvelles attentes des consommateurs (sécurité, santé) ont amené les pouvoirs publics à renforcer la politique de qualité, en premier lieu dans un souci d'information, et ensuite en tant qu'outil de marché, la qualité devenant alors un instrument de développement dans un contexte libéral.

L'émergence de ce nouveau paradigme contribue à un rapprochement entre la Géographie et les autres sciences sociales. Chez les économistes notamment, la qualité induit une préoccupation territoriale accrue. En effet, la différenciation des produits se réalise fréquemment par la mobilisation de composantes du territoire de diverses natures. Les travaux fondés sur ce processus sont nombreux. Analysé notamment par G. Burlereaux et B. Dubeuf, le cas du Beaufort AOC est un bon exemple de qualification d'un produit par des acteurs locaux à partir d'attributs tels que la race des animaux et la pratique de l'alpage. Dès les années 1960, l'objectif a été de positionner le produit sur un marché haut de gamme par la mobilisation locale autour de valeurs fondées sur l'authenticité et le lien au terroir, ceci à contre-courant de l'évolution agricole nationale (Dubeuf, 1996). La territorialisation va même plus loin, puisque sont évoquées des synergies avec l'activité touristique : le produit de terroir devient alors outil de développement local (Dubeuf, Burlereaux, 1996).

A travers une perspective cette fois-ci comparative, B. Sylvander et F. Marty confrontent le contenu de deux cahiers des charges de fromages AOC et mettent en évidence deux modèles productifs distincts, l'un fondé sur des logiques dites "territoriales" (prégnance d'une activité artisanale, pratiques d'élevage et de transformation plus traditionnelles), et l'autre davantage sectoriel (structures plus importantes, pratiques intensives). Ces deux modèles sont malgré tout présents de manière concomitante dans les deux filières, ce qui occasionne des conflits. On retrouve bien ici le clivage mis en évidence par D. Ricard. Les auteurs proposent de sortir de ce conflit par le "modèle industriel flexible", pensé comme un compromis entre les deux premiers, la réalité étant d'ailleurs uniquement constituée de modèles composites et évolutifs. Dans tous les cas, c'est la recherche de cohérence qui doit primer : *"Il s'agit, pour les entreprises proches du modèle industriel, de conserver des processus productifs à moindre coût tout en répondant à des contraintes propres à une logique territoriale (...). Pour les entreprises artisanales, il s'agit d'adopter une gestion plus efficiente de la production et des échanges, ou de différencier leurs produits, afin de mieux répondre à la concurrence de produits de substitution, sans pour autant perdre l'essentiel de leur cohésion sociale"* (Sylvander, Marty, 2000, p. 131). Issue d'une démarche au départ "verticale" (négociations entre professionnels au sein d'une filière), la construction d'un

produit de qualité implique également des dynamiques de type "horizontal" (ressources mobilisées, coordination des acteurs...). La qualité a donc amené les chercheurs en Economie à privilégier la dimension territoriale des filières qu'ils étudient, et donc à opérer un certain rapprochement disciplinaire avec les géographes.

Ce rapprochement est perceptible lorsque B. Sylvander et P. Perrier-Cornet identifient des formes de gouvernance spécifiques au fonctionnement des filières AOC :

- une "gouvernance sectorielle pure", où les coordinations dépendent d'un secteur et de normes spécifiques (pas de réel objectif AOC, pas de moyen de gestion en commun),
- une "gouvernance sectorielle AOC", où la valorisation du produit (sous des formes parfois différenciées) conditionne les relations entre les acteurs,
- une "gouvernance territoriale forte" et une "gouvernance territoriale faible", où le maintien et le développement des activités de la zone sont des objectifs plus ou moins essentiels (Perrier-Cornet, Sylvander, 2000).

La dimension territoriale des filières renvoie donc aux modalités de construction du cahier des charges, mais aussi à des dynamiques plus larges (coordination, développement local). En affinant encore davantage le clivage entre logique industrielle et logique artisanale, cette typologie présente pour nous un grand intérêt, même si sa confrontation avec la réalité fait apparaître la nécessité d'approfondir encore la réflexion : *"situer le système Roquefort au sein de cet éventail se révèle délicat. Si l'on considère les horizons sectoriels et territoriaux des acteurs de la filière, la préoccupation principale demeure bel et bien le produit et sa valorisation (gouvernance sectorielle AOC). Cependant, les enjeux territoriaux (développement agricole et rural, maintien des emplois et de la population) sont eux aussi tout à fait cruciaux et conditionnent en partie le comportement des acteurs. Il semble donc avéré que des formes de gouvernance "composites" existent, ce qui tend à nuancer l'opposition classique entre secteur et territoire"* (Frayssignes, 2001, p. 91). Il nous semble donc plus pertinent de parler de gouvernance "à dominante sectorielle ou territoriale" pour désigner une filière AOC donnée. La coordination localisée est également au cœur des réflexions d'A. Torre. Dans l'analyse des dynamiques collectives au sein des filières AOC, l'auteur réintroduit la notion économique de confiance comme un fondement essentiel des liens entre les acteurs. Qu'elle soit domestique (lien social), interpersonnelle (apprentissage) ou organisationnelle (instauration de règles venant encadrer la relation), la confiance revêt une dimension territoriale, qui se manifeste notamment dans la construction du produit, mais plus largement dans les représentations des acteurs (Chia, Torre, 1999 ; Torre, 2000 et 2002).

Pour finir, le chapitre écrit par C. Delfosse et M.-T. Letablier dans "La grande transformation de l'agriculture" témoigne aussi de cette convergence entre les deux disciplines. La mise en place d'une démarche qualité consiste bien souvent en une confrontation entre des logiques d'acteurs divergentes à l'échelle locale ou régionale, confrontation elle-même située dans un environnement institutionnel et commercial. La qualité comme construction sociale est donc une notion complexe et polysémique, fortement imprégnée de subjectivité (attentes des consommateurs). Le bon fonctionnement de la filière réside donc dans la capacité des acteurs à aboutir à un compromis, à travers la mise en place de conventions. Les auteurs tentent de situer cette construction dans le temps et dans l'espace, et mettent en évidence trois phases distinctes : l'engagement des acteurs dans la construction d'un référentiel commun, la confrontation de la dynamique locale avec les exigences globales (appelée "épreuve", via une instance réglementaire comme l'INAO pour le cas des AOC), et le retour sur le local, avec des ajustements et une appropriation par les acteurs. Les critères de

définition de la qualité renvoient à des rapports à l'espace différents (Delfosse, Letablier, 1995)<sup>74</sup>. Ainsi, l'émergence de la problématique de la qualité a fait apparaître des dimensions territoriales nouvelles à l'analyse de filière. Si les pratiques étaient importantes, les travaux que nous venons d'évoquer montrent que les acteurs et leurs stratégies le sont également.

## 5. Vers une Géographie de la qualité ?

Indépendamment de ses liens avec l'Economie, la Géographie a également été touchée par le renforcement des préoccupations qualitatives. L'on en veut pour preuve la parution en 1999 d'un numéro de Sud-Ouest Européen consacré à cette question<sup>75</sup>. J. Pilleboue évoque ainsi *"le passage d'une agriculture guidée par des références uniquement quantitatives à une production agro-alimentaire dite de qualité"* (Pilleboue, 1999, p. 1). La qualité questionne aussi les géographes, mais d'autres modalités : *"A la différence des économistes, ils (NDLR : les géographes) ne concentrent pas leurs analyses sur la mise en place, au travers de "conventions de qualité", des nouvelles formes d'organisation et de régulation internes et externes aux filières de production. Ce sont plutôt les processus de déqualification et de requalification des territoires productifs qui retiennent leur attention"* (p. 6).

La notion de terroir trouve bien entendu toute sa place dans cette problématique émergente. D. Ricard s'intéresse ainsi à la délimitation des aires AOC fromagères, dont les modalités de fixation ont beaucoup évolué depuis la prise en charge des produits laitiers d'appellation par l'INAO en 1990. Les nouvelles exigences de l'institut en matière cohérence avec les critères naturels et les usages traditionnels amènent de nombreux syndicats à entamer une procédure de révision de leur cahier des charges, et donc de leur aire d'appellation. Malgré tout, les enjeux économiques ne sont pas absents des négociations. Ce mouvement d'ensemble apparaît salubre dans la perspective du renforcement de leur lien au terroir (Ricard, 1999). A l'aune de la qualité, ce lien devient peu à peu une caution indispensable pour témoigner de la légitimité d'un produit à prétendre à une appellation. C. Delfosse classe ainsi les AOC Brie de Meaux et Brie de Melun parmi les "mauvais élèves" à l'échelon national : *"son aire d'appellation est considérée comme trop vaste, il n'y a pas d'unité de terroir et les liens au milieu naturel sont quasiment absents du cahier des charges : celui-ci n'apporte aucune précision sur les modes d'alimentation des animaux et n'interdit pas l'ensilage ; d'autre part, il ne recommande aucune race locale : ainsi, la quasi-totalité du troupeau est-elle composée de vaches Holstein"* (Delfosse, 1999, pp. 45-46). Ainsi, malgré le caractère flou de la notion, déjà souligné par P. Brunet, le terroir semble "ressuscité par la qualité", et permet de nouer le dialogue entre les savoir-faire et les conditions naturelles, lien caractéristique de la Géographie Classique (Brunet, 1995). Les termes qualité et terroir sont malgré tout loin d'être synonymes, comme en témoignent les travaux de R. Dion sur la vigne en France, travaux repris par J.-R. Pitte : *"L'idée maîtresse de Roger Dion était la suivante : en matière de vin, c'est le client qui recommande au vigneron la qualité, plus que la nature du sol ou du climat. Le rôle du terrain dans l'élaboration d'un grand cru ne va guère au-delà de celui de la matière dans l'élaboration d'une œuvre d'art"* (Pitte, p. 195)<sup>76</sup>.

Les réflexions de la Géographie Agricole (IAA et bassins de production) sont également renouvelées par le paradigme de la qualité. Face aux nouvelles attentes des

---

<sup>74</sup> Voir également C. Delfosse, *L'émergence des deux conceptions de la qualité du fromage dans l'entre-deux Guerres*, in F. Nicolas, E. Valceschini, (1995).

<sup>75</sup> Revue Sud-Ouest Européen : *La qualité agroalimentaire et ses territoires productifs*, n°6, décembre 1999.

<sup>76</sup> Pour une analyse approfondie de l'évolution de la notion de terroir, voir également S. Scheffer (2002).

consommateurs, les firmes élaborent de nouvelles stratégies de différenciation, fondées sur une territorialisation accrue de leur activité. En s'appuyant sur l'exemple des firmes en Nord Pas-de-Calais, C. Margetic définit le lien entre industrie et territoire à travers un rapport de subordination, qui renvoie aux travaux de F. Plet sur les IAA cités plus haut : *"Lieu central et polarisateur du bassin de production, la firme agro-industrielle construit son "territoire" (...). Ce territoire est à la fois étendu, discontinu et disposé partiellement selon une logique propre à la firme. Il est triplement marqué, par sa soumission aux décisions de la firme, par les transformations locales induites par les inflexions données par le système d'encadrement, et la société dans son ensemble"* (Margetic, 2004, pp. 89-90). Dans ce contexte, l'irruption de la qualité induit des changements dans la stratégie territoriale des firmes. Celles-ci visent dès lors à différencier leurs produits sur des bases territoriales, notamment à travers des démarches de certification (normes ISO ou signes officiels de qualité). Pour caractériser ces stratégies, l'auteur s'appuie sur les recherches menées par le courant de la Proximité et propose une typologie fondée sur deux critères : la concurrence territoriale et la rareté de la matière agricole. Quatre formes d'intervention sont identifiées (exploitation d'un gisement de matière agricole, activation ou recherche de constance, requalification et intégration par l'exploitation de "qualités territoriales") (Margetic, 2004). Le fonctionnement des bassins de production est également questionné. En partant de l'exemple des AOC, L. Rieutort estime que malgré une logique spécifique de fixation spatiale de l'activité, les aires d'appellation semblent régies par les mêmes règles de fonctionnement que les bassins de production dits "génériques". Elles obéissent en grande partie aux logiques industrielles de concentration et de redistribution spatiales initiées par les entreprises agro-industrielles : *"Loin d'une imagerie d'Epinal opposant de modernes bassins de production pour l'agriculture de masse et des noyaux d'agriculture de "terroir" attachés à des savoir-faire ancestraux et protégés par des AOC, l'analyse des territoires agro-industriels des principales appellations françaises montre l'affirmation d'aires de production spécialisées et structurées. Même si leur fonctionnement est contraint par une délimitation rigoureuse ou l'obligation d'assurer la transformation sur place, les firmes agroalimentaires organisent de tels bassins"* (Rieutort, 2004, p. 203).

Ces différents travaux posent selon nous les bases d'un courant spécifique, auquel nous donnons le nom de "Géographie de la Qualité", et dans lequel s'inscrit notre recherche.

## **6. Les liens filière / territoire, entre récursivité et complexité des dimensions**

Notre approche en termes d'ancrage tente de poser des bases pour un prolongement. Pour ce faire, les deux entrées géographiques (pour simplifier IAA et terroir) mises en évidence dans l'appréhension du lien filière / territoire doivent être approfondies.

### **6.1. La réciprocité des liens entre filière et bassin de production**

En proposant une lecture spatiale des filières et de leur capacité à construire des espaces productifs, la notion de bassin de production permet d'échafauder une grille de lecture pertinente. Néanmoins, il nous semble important d'insister davantage sur la relation inverse, c'est-à-dire l'influence des dynamiques spatiales sur la structuration des filières. L'analyse des contraintes induites par les caractères intrinsèques des bassins doit permettre de montrer le "dialogue" entre bassin et filière. L'idée de soumission, même partielle, des espaces productifs aux stratégies des firmes nous semble rendre compte seulement d'une partie de la réalité. A

titre d'exemple, la filière Roquefort a impulsé à partir des années 1970 un modèle technique fondé sur l'intensification, qui a fortement orienté les pratiques des producteurs et effectivement contribué à l'émergence d'un véritable bassin dédié à la production ovine. Toutefois, ce même bassin est doté de caractéristiques spatiales héritées et en évolution qui s'imposent à l'activité productive de la filière. La périodicité annuelle de la production de lait de brebis – en partie décalée par rapport à la consommation – est par exemple une contrainte avec laquelle les industriels doivent composer. L'analyse est rendue d'autant plus complexe que parfois, ces contraintes ont dans un premier temps été générées par la filière elle-même.

D'une manière plus large, les transformateurs des filières fromagères AOC sont en permanence confrontés à des bassins hétérogènes dont les caractéristiques sociales ou économiques sont autant d'atouts ou de contraintes qui s'imposent à l'activité (dynamisme des éleveurs, propension à l'action collective, sensibilisation aux exigences qualitatives...). Les travaux menés dans le cadre de la Géographie Agricole évoquent fréquemment ces éléments, mais sans souligner suffisamment selon nous leur rôle actif dans le fonctionnement des filières. Les bassins de production apparaissent trop souvent comme des réceptacles neutres des stratégies des firmes. Si les pesanteurs territoriales auxquelles nous faisons référence sont un premier élément à intégrer, les stratégies des producteurs constituent à n'en point douter un autre facteur d'évolution déterminant des bassins de production. Dans sa thèse consacrée à la filière avicole Label Rouge du Gers, L. Couzinet montre que ces stratégies ne s'élaborent pas uniquement par rapport à l'aviculture, mais renvoient à des considérations plus larges : réforme de la PAC, activité agricole globale, dynamiques foncières... (Couzinet, 2005).

## **6.2. L'élargissement à l'ensemble des dimensions du territoire**

Par ailleurs, si le concept d'AOC est fondé en premier lieu sur une typicité et un lien au terroir, nous pensons là encore que ce terme, même dans son acception la plus large, ne peut répondre qu'à une partie de la question des relations entre filières et territoires. Si la qualité a confirmé toute la pertinence du terroir dans l'analyse géographique des filières, elle a également ouvert des perspectives bien plus larges, comme l'ont bien montré les travaux des économistes, perspectives pour lesquelles la notion de terroir n'est plus opérante. C. Delfosse avait d'ailleurs bien perçu les limites du concept dans la conclusion de sa thèse : *"Même si la notion de terroir n'est pas opérante pour éclairer les liens que le fromage entretient avec son espace de production, ni suffisante pour expliquer la diversité de la France fromagère et par conséquent pour faire une géographie de la France fromagère, elle permet d'éclairer les liens symboliques qui unissent une société et son espace à travers un produit agroalimentaire. L'étude d'un produit agroalimentaire peut ainsi contribuer à celle de l'espace vécu et se satisfaire d'une démarche de géographie culturelle"* (Delfosse, 1992, p. 281). J. Pilleboue va dans le même sens : *"Remarquons que les acteurs de la qualification des produits recourent plus volontiers au mot "terroir" qu'à celui de "territoire". Si nous avons préféré ce dernier, ce n'est pas seulement parce qu'il est "à la mode", mais parce que son contenu est plus large et plus complexe que celui de terroir qui met en avant le rapport Nature – Société, sur un espace de dimensions modestes"* (Pilleboue, 1999, p. 75). Cet élargissement vers d'autres dimensions (naturelle, économique, sociale et institutionnelle) permet de "sortir" en quelque sorte de la sphère productive et de s'inscrire dans d'autres modes de construction territoriale.

A propos du vin, J.-C. Hinnewinkel met également en évidence les liens ambigus entre le produit et son terroir : *"les liens entre la "qualité" des vins et les caractéristiques des terroirs viticoles (...) relèvent davantage, semble-t-il, des décisions sociales (INAO,*

*syndicats) et de "l'encadrement technique" de plus en plus marqué de la profession*" (Hinnewinkel, 1999, p. 19). Plus largement, la vigne devient un facteur de construction territoriale, elle cherche à s'identifier à des entités spatiales pertinentes. C'est par exemple le cas des vignobles nord aquitains, qui pour exister face à leurs voisins bordelais, tentent de trouver des points d'ancrage à l'échelle locale, pour faire de leur région "l'autre grand vignoble d'Aquitaine". Les différentes opérations de promotion locale (fêtes, route des vins) révèlent la vigne comme vecteur identitaire apte à produire du territoire (Hinnewinkel, 2002). Plus ou moins ancrés à leur terroir, les produits de qualité entrent alors dans le vaste champ du développement. Leur capacité à qualifier les territoires amène les géographes à questionner ces notions. C. Delfosse estime que *"par sa dénomination de type géographique, le produit sert de carte de visite au territoire auquel il fait référence ; il porte au loin le nom de la petite patrie. Rien d'étonnant alors à ce que les collectivités territoriales et leurs élus contribuent à la mise en valeur du fromage et cherchent en retour à profiter de sa renommée"* (Delfosse, 1999, p. 47). L'arrivée de nouveaux acteurs vient renforcer le caractère territorial de l'analyse. De ce fait, les demandes d'appellations peuvent parfois être intimement liées à des démarches institutionnelles liées au développement d'un territoire, comme dans le cas du Maroilles, dont l'histoire est indissociable du Pays de Thiérache (Delfosse, 2004), ou bien de la valorisation de l'endive du Nord-Pas-de-Calais, dans laquelle les parcs naturels régionaux de Scarpe-Escaut et Marais d'Opale jouent un rôle croissant (Manouvrier, 2004).

Les travaux que nous venons d'évoquer se fondent sur une entrée "verticale", où la filière est appréhendée à travers ses liens avec le territoire, qui apparaît ensuite. Il est malgré tout possible de partir du territoire et de ses dynamiques, pour analyser ensuite les logiques de filière. C'est le cas de L. Laurens, qui à travers l'exemple de l'Aubrac, tente de mettre en évidence les processus de mobilisation identitaire des acteurs autour d'une stratégie de développement local. Même s'il faut nuancer le propos et ne pas omettre les importants conflits entre catégories d'acteurs, les différentes composantes productives du territoire (AOC Laguiole, couteau, race Aubrac...) sont mises en valeur par une offre touristique et une communication différenciées (Laurens, 1999). L'ouverture vers l'Economie est encore implicite<sup>77</sup>. Enfin, les travaux portant sur les liens IAA / territoire font également apparaître cet élargissement. Dès 1988, G. Vergneau dresse un bilan de la répartition spatiale des IAA en France et explique que leur localisation renvoie non seulement à des calculs économiques, mais également à des négociations avec des "pouvoirs territoriaux" (collectivités territoriales, chambres consulaires...). La capacité des IAA à générer du développement est questionnée, même s'il ne s'agit pas pour elles d'une priorité (Vergneau, 1988). Plus récemment, C. Margetic estime que les nouvelles stratégies territoriales des firmes sont autant de ressources potentielles pour le développement des territoires : *"De nouvelles voies d'agro-industrialisation durable sont actuellement émergentes, fondées sur la "qualité" de vie ou l'identité des territoires qui sont sources de mobilisation et d'action* (Margetic, 1999, p. 66).

### 6.3. Vers la clarification des dynamiques territoriales

En partie sous l'impulsion de la problématique qualitative, on a donc assisté à ce que l'on pourrait appeler un processus de "territorialisation des filières". Notamment grâce aux travaux des conventionnalistes, l'Economie a affiné son analyse des systèmes productifs et a progressivement fait une place à la dimension territoriale, d'une part comme facteur de qualification des produits, et d'autre part en tant que dynamiques sociales aptes à imprégner

<sup>77</sup> On pense notamment aux travaux de B. Pecqueur et d'A. Mollard sur la notion de "panier de biens", qui seront examinés dans la partie relative au développement territorial.

les logiques sectorielles. La Géographie s'est quant à elle émancipée du paradigme Homme / Nature pour aborder d'autres formes de territorialisation. Si l'approche en termes de terroir a permis des avancées importantes, les géographes ont fréquemment éprouvé le besoin d'élargir la perspective. Notons également que cette territorialisation n'est pas close sur elle-même. Economistes et géographes sont d'accord pour souligner la prégnance des dynamiques globales (commerciales, institutionnelles) dans l'analyse des processus à l'œuvre.

C'est dans ce double mouvement que s'inscrit la construction de notre concept d'ancrage territorial. L'ancrage doit appréhender ces liens dans toute leur complexité et leur récursivité, et non pas selon une logique à sens unique. Cette posture donne à notre approche une nécessaire dimension dynamique, apte à rendre compte de l'historicité des processus à l'œuvre. Par ailleurs, si la question de la qualité a donné toute sa place à l'approche en termes de terroir, elle a dans le même temps ouvert de nombreuses autres perspectives de recherche. Les liens entre les produits et leur terroir se retrouvent finalement englobés dans des dynamiques plus larges, notamment à travers l'idée de développement. Dès lors, c'est la notion de territoire qui devient opérante pour rendre compte de ces dynamiques sociales, économiques, politiques et identitaires. Les approches partant de la dimension productive (bassins) ou naturelle (terroir) se révèlent insuffisantes pour englober la réalité.

En tant que grille de lecture, l'ancrage territorial doit analyser les liens réciproques entre une organisation économique particulière et son territoire :

- la production spatiale et territoriale de la logique productive de la filière,
- l'imprégnation de cette logique par l'ensemble des dynamiques territoriales.

Ce sont donc ces dynamiques territoriales qui attirent désormais notre attention. Les éléments qui viennent d'être évoqués (dynamiques de développement, identité des acteurs...) ne sont pour l'instant que des ébauches qui méritent un approfondissement. Vouloir définir la notion de territoire serait bien entendu irréalisable, tant le terme est riche et complexe. Il s'agit pour nous d'aborder plus précisément les processus de construction territoriale, en attachant autant d'importance à l'analyse des dimensions récurrentes de la notion (économique, politique, identitaire...) qu'à celle de leurs effets sur les organisations économiques.



## **II. Le territoire dans une perspective élargie : entre processus de construction et imprégnation des acteurs**

En tant qu'outil de compréhension de la réalité, et plus précisément des liens entre une société et son espace, le territoire apparaît comme l'objet central de la Géographie Sociale dans laquelle nous nous inscrivons<sup>78</sup>. Fortement imprégné des questions d'acteurs et de stratégies, ce courant emprunte donc énormément à la Sociologie des Organisations. Toutefois, dans le même temps, il nous apparaît important de mettre l'accent sur certains courants de l'Economie, eux aussi de plus en plus pénétrés par les préoccupations spatiales. Comme le note M. Pouzenc dans sa thèse, *"Depuis une quinzaine d'années, le territoire occupe une place de choix, tant dans les discours politiques que dans les travaux des chercheurs"* (Pouzenc, 1999, p. 5). Paradoxalement, le terme semble émerger en réponse à une série de bouleversements économiques et sociaux. La Géographie observe notamment l'accroissement de la mobilité des personnes, l'évolution des modes de vie ou encore la complexification des maillages administratifs. L'Economie s'intéresse quant à elle davantage à la mondialisation des activités, aux mutations des formes productives ou à la différenciation de la demande. Dans tous les cas, ces bouleversements sont appréhendés comme autant de processus susceptibles de transformer les territoires hérités des époques précédentes. C'est donc à partir du moment même de sa remise en cause que le territoire a réellement commencé à faire l'objet d'un intérêt croissant et d'une construction théorique. Nous n'entendons pas aborder ici la notion de territoire pour elle-même, mais dans la perspective de la construction de notre concept d'ancrage territorial. Si la très grande majorité des chercheurs s'accordent à reconnaître le caractère construit du territoire, par quelles modalités se réalise cette construction ? Quelles sont les dimensions qui entrent en action dans ce processus ? Quel rôle particulier y jouent les logiques productives ? Ces questions fondent le premier volet de notre réflexion. Dans un second temps, il s'agira de nous interroger sur l'influence des dynamiques territoriales dans les logiques des acteurs économiques. Comment le territoire – fondé sur une construction sociale – imprègne-t-il à son tour l'activité et les organisations économiques ?

### **1. Considérations préliminaires : le territoire comme objet d'une Géographie Sociale et Economique à vocation nomothétique**

Les ouvrages consacrés à l'histoire et à l'épistémologie de la Géographie<sup>79</sup> font tous état des profonds bouleversements qu'a connus la discipline après les années 1970. De nombreux auteurs déplorent alors les lacunes théoriques de la Géographie et affirment la nécessité d'une réflexion critique de son statut scientifique. Paru en 1972, le premier numéro de *"l'Espace Géographique"* symbolise l'émergence d'une nouvelle Géographie, fondée non plus sur des monographies régionales, mais sur la découverte de lois universelles. Cette Nouvelle Géographie met l'espace au cœur de son questionnement, et entend découvrir les principes qui régissent son organisation. Proposée par R. Brunet, la chorématique (du grec *"khorê"*, qui signifie lieu, espace) se veut ainsi une classification exhaustive de l'ensemble des structures élémentaires de l'espace, à la manière d'une *"classification périodique des éléments"* géographiques, apte à rendre compte de toute l'organisation spatiale (Brunet, Dollfus, 1990).

---

<sup>78</sup> Il nous semble préférable de parler de *"Géographie Sociale et Economique"*, afin d'envisager l'ensemble des dimensions dont rend compte le territoire, et d'insister sur notre approche fondée sur les acteurs privés.

<sup>79</sup> Voir notamment A. Bailly, (1995), *Les concepts de la Géographie Humaine* ; R. Marconis, (1996), *Introduction à la Géographie* ; J. Scheibling, (1994), *Qu'est-ce que la Géographie ?*

La construction épistémologique progressive de la discipline ne s'est pas réalisée uniquement à travers cette Géographie "science de l'espace". En réaction à cette orientation jugée trop quantitative, d'autres géographes revendiquent le caractère central de l'Homme et des sociétés. La préoccupation nomothétique (c'est-à-dire cherchant à établir des lois, des principes) est toujours présente, mais dans le but d'étudier l'étroite imbrication entre le spatial et le social. R. Marconis parle d'ailleurs de cette Géographie comme d'une science des sociétés dans l'espace (Marconis, 1996). Il est difficile ici de parler de courant réellement identifié, tant les préoccupations et les orientations sont diverses. Notre recherche s'inscrit à n'en point douter dans cette Géographie, souvent qualifiée par commodité de "sociale", qui se caractérise en premier lieu par une importante ouverture disciplinaire (Sociologie, Anthropologie, Ethnologie, Economie...). L'analyse des rapports entre une société et son espace permet en outre de mettre l'accent sur le rôle déterminant des acteurs et de leurs représentations, c'est-à-dire du sens qu'ils donnent à leur espace de vie.

Considérée dans sa diversité et sa complexité, cette dialectique espace / société met quoi qu'il en soit en perspective la notion de territoire. J. Scheibling fait d'ailleurs de ce concept le fondement ultime de la discipline géographique, qui plus qu'une science des sociétés dans leur espace, serait en fait une science du territoire (Scheibling, 1994). Entendu tour à tour comme construction physique et humaine, comme forme de régulation sociale ou comme dimension idéelle (représentations, sentiment d'appartenance), le territoire, produit d'une histoire, apparaît comme l'objet de la Géographie Sociale. Défini provisoirement ici comme une portion d'espace appropriée, le territoire n'en conserve pas moins un caractère singulier. Les géographes s'accordent d'ailleurs tous pour reconnaître l'unicité de chaque territoire. Malgré tout, une science ne saurait s'arrêter à des cas particuliers, mais doit selon nous au contraire mettre en place des outils lui permettant d'identifier sinon des lois, mais du moins des principes généraux d'organisation. En tant que grille de lecture du territoire, le concept de formation socio-spatiale proposé par G. Di Méo (analysé plus loin) s'inscrit bel et bien dans cette vocation nomothétique.

## **2. Le concept de territoire et ses fondements spatiaux**

En dépit d'approches hétérogènes, les chercheurs en sciences sociales travaillant sur la question du territoire s'accordent en général pour reconnaître son caractère construit. Dans le paradigme de la Géographie Sociale et Economique, le territoire renvoie donc à un processus historique impliquant une société agissant sur un espace, par des pratiques et des représentations. Cette idée d'antériorité est notamment défendue par C. Raffestin, pour qui le territoire est un espace où l'on aurait projeté de l'énergie et de l'information (Raffestin, 1980). Le fondement spatial du territoire implique donc de s'arrêter un instant sur cette notion d'espace, fréquemment employée comme synonyme du territoire. D'une manière générale, l'espace désigne un lieu plus ou moins bien délimité où peut se situer quelqu'un ou quelque chose, il peut également désigner la surface terrestre où évoluent des êtres vivants. L'espace est alors géométrique, euclidien (doté de trois dimensions) et propre à la perception humaine.

Pour G. Di Méo, le territoire trouve son fondement dans l'acception kantienne de l'espace, qui renvoie alors à la forme de tous les phénomènes, immuable, universel et indépendant de la perception. Comme le temps, l'espace est une donnée a priori qui ne peut être perçue que de manière empirique : *"Dans la théorie kantienne, l'espace comme le temps n'existent pas en dehors de la conscience. Pour celle-ci, ce sont des éléments constitutifs, des structures "intuitives" qui ne relèvent en aucun cas du monde"* (Di Méo, 1998, p. 103). Cet

espace rejoint la notion "d'inconscient structural" de C. Lévi-Strauss, qui estime que le cerveau humain serait constitué de mystérieuses "cases vides", antérieures à la pensée logique (Lévi-Strauss, 1971). L'espace, le temps et la causalité pourraient dès lors être assimilées à ces cases vides. L'auteur fait référence ensuite aux travaux du psychologue J. Piaget, qui remettent partiellement en cause la vision kantienne de l'espace : *"Des psychologues contemporains comme Jean Piaget (...) ont montré qu'il convient d'être prudent lorsqu'on considère l'espace comme une forme a priori et immuable de toute perception (...). La psychologie de Piaget aboutit même à la conclusion que l'espace (...) ne figure pas de manière innée dans l'esprit du jeune enfant. Piaget a prouvé que l'installation dans la conscience humaine de la forme spatiale euclidienne (...) résulte d'un processus d'apprentissage"* (Di Méo, 1998, p. 103). Cette digression philosophique permet de mettre en évidence la dualité qui s'est instaurée entre un espace donné a priori et un espace construit et malléable en fonction des schèmes culturels, économiques et techniques. Cette dualité se retrouve selon nous dans le territoire, qui apparaît tour à tour comme un produit de l'action humaine (qu'elle soit économique, sociale et/ou politique) et comme un espace perçu et représenté à travers des valeurs et des codes culturels. Le caractère historiquement construit du concept semble donc avéré, mais cette construction induit dans le même temps un territoire donné a priori, car en partie hérité d'une époque précédente.

Afin de préciser davantage les composantes de la notion de territoire, de nombreux géographes font référence à l'idée d'appropriation. Ainsi, R. Brunet parle d'un *"espace approprié par un groupe ayant conscience de cette appropriation"* (Brunet, 1992, p. 436). P. et G. Pinchemel évoquent quant à eux un *"espace approprié par un groupe social, à l'intérieur duquel les individus se sentent en affinité, en propriété, et à l'intérieur duquel une pratique se veut, se sait, ou se croit efficace"* (Pinchemel, 1997, p. 153). Enfin, lorsqu'il évoque la territorialité plutôt que le territoire, X. Piolle s'intéresse aux mécanismes grâce auxquels les groupes sociaux s'approprient les espaces dans lesquels ils évoluent (Piolle, 1991). L'appropriation serait le processus par lequel l'espace, le support initial, deviendrait territoire. Ce processus est également évoqué par D. Pumain, qui introduit également l'idée de sens : *"Le territoire est un espace où se déroulent des processus sociaux, une construction sociale dotée de sens pour un groupe social donné"* (Bailly, Ferras, Pumain, 1991, p. 87).

L'émergence d'un territoire se fonde donc sur l'appropriation d'un espace par un acteur ou un groupe d'acteurs. Dans cette perspective, ce sont les modalités d'appropriation qu'il convient d'examiner maintenant, étant donné qu'elles sont au cœur même de la construction territoriale. G. Di Méo met l'accent sur l'ensemble des dimensions de la réalité sociale : *"le territoire témoigne d'une appropriation à la fois économique, idéologique et politique (sociale donc) de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité"* (Di Méo, 1998, p. 107). Cette acception témoigne de l'ouverture disciplinaire qui caractérise la Géographie Sociale. Le territoire émerge à partir des rapports sociaux entre les individus et les groupes. Un zonage institutionnel, une activité économique ou la projection d'un sentiment d'appartenance sont autant de processus aptes à approprier un espace, et donc à produire du territoire.

### 3. Les modalités de construction des territoires

Ces formes de production territoriale renvoient à différentes dimensions qu'il est nécessaire d'explicitier, avant de s'intéresser à leur articulation. Cette perspective combinatoire nous a dès lors amené à nous appuyer sur les travaux de G. Di Méo, qui à travers le concept de formation socio-spatiale propose une grille de lecture des dynamiques territoriales.

#### 3.1. Les fondements identitaires, politiques et économiques du territoire

Partiellement reprise par M. Pouzenc, la distinction entre les dimensions politiques, économiques et identitaires apparaît pertinente pour rendre compte du processus de territorialisation. Malgré tout, comme le note l'auteur : *"Cette représentation du territoire peut être discutée et doit être prise avec réserve. Notamment, elle ne suffit pas à elle seule à rendre compte de toute la richesse de la notion de territoire"* (Pouzenc, 1999, p. 9).

L'appropriation institutionnelle du territoire renvoie directement à la notion de pouvoir. L'existence et l'intégrité d'un Etat impliquent une assise territoriale, qui est une des manifestations du pouvoir de cet état. Néanmoins, il faut inclure ici l'ensemble des collectivités territoriales, et plus largement l'ensemble des organisations qui existent à travers des relations de pouvoir. Cette appropriation consiste en la mise en place de repères qui affirment l'emprise d'un pouvoir sur un espace (monuments, panneaux, drapeaux...). La finalité de ce marquage est de s'inscrire dans l'imaginaire et de légitimer le pouvoir qui en est à l'origine. Outre ce marquage symbolique, l'instauration d'un pouvoir se réalise dans un cadre institutionnel plus ou moins formalisé, qui fixe ses limites et garantit l'assujettissement des individus à un état ou une institution. L'idée selon laquelle le pouvoir va au-delà de la sphère étatique renvoie aux travaux de C. Raffestin, pour qui les relations entre les individus sont constitutives de la notion de pouvoir. Ces relations se réalisent dans un cadre territorial donné, que l'auteur appelle "enveloppe spatio-temporelle", et participent à sa construction (Raffestin, 1980). Outre l'émergence d'une filière de production, la mise en place d'une AOC induit également des règles de fonctionnement créées sur la base de rapports de force qui s'appliquent à un espace donné, en l'occurrence l'aire AOC. En tant qu'instrument politique, l'AOC est donc un facteur de territorialisation.

L'appropriation d'un espace à travers un processus identitaire tend à faire du territoire une entité intégrée par un individu (ou un groupe) comme faisant partie de son vécu. Le territoire devient alors un médiateur de l'identité, et contribue à la construction d'une mémoire, d'un imaginaire collectif, de symboles, d'un patrimoine... En référence directe à l'espace kantien, le territoire identitaire est inscrit dans la psyché individuelle et collective, il est susceptible de ce fait de constituer une référence commune, sans cesse reconstruite, mais en partie héritée : *"Le territoire est un fournisseur d'identité extrêmement sollicité"* (R. Brunet, 1992, p. 244). Fondée sur la distinction et la différence par rapport à l'altérité (les autres), l'identité renvoie à l'unicité de chaque territoire et marque les pratiques et les représentations des individus. La dimension temporelle est ici fondamentale. G. Di Méo estime que la construction identitaire du territoire correspond à une sélection de séquences historiques jugées aptes à consolider une unité socio-spatiale, le passé se reconstruisant en fonction des besoins du présent (Di Méo, 1998). Cette fonction de consolidation se réalise toujours par rapport à la société englobante. S'appuyant sur les travaux de P. Tap, le géographe E. Vitrac fait référence à l'identité collective comme *"un processus actif d'expression et de signification de pratiques concrètes et de pratiques symboliques par*

*lesquelles un groupe social actualise son rapport à la société globale*" (Vitrac, 2002, p. 150). Le caractère territorialement situé de l'AOC renvoie également à un processus identitaire. Les motivations inhérentes à l'obtention d'une appellation sont bien entendu de nature économique, mais à travers la définition d'un produit, les acteurs mettent également en avant une part de leur savoir-faire, et donc de leur identité professionnelle. Une illustration de cette construction nous est donnée par l'exemple du Chevrotin, fromage de chèvre fermier de la région des Aravis (Haute-Savoie). La démarche AOC a permis l'émergence et la reconnaissance d'une "communauté caprine", et prouve s'il en était besoin l'influence de la dimension identitaire dans une dynamique économique : *"S'ils avaient voulu faire une activité lucrative qui réponde directement à une attente des consommateurs, ils auraient pu faire des fromages lactiques et les vendre sur les marchés à Annecy très rapidement"*<sup>80</sup>. En outre, les choix inhérents à la construction d'un cahier des charges fournissent de nombreuses illustrations du processus de sélection historique dont parle G. Di Méo.

Enfin, l'appropriation d'un espace s'effectue également à travers les différentes activités humaines qui utilisent ses potentialités. L'espace devient alors à la fois un support et une ressource. Ainsi, l'activité économique tend à produire du territoire, dans la mesure où elle s'approprie une portion d'espace. Pour illustrer ce processus, on renvoie le lecteur à la partie consacrée aux liens filière / territoire, qui évoque la question des IAA et de leur propension à construire des bassins de production. Au-delà de la dimension agricole, et dans une perspective marxiste, le passage d'un régime d'accumulation à un autre s'accompagne toujours d'un redéploiement spatial des activités et d'une évolution de leur rapport au territoire. G. Di Méo met en évidence l'impact territorial limité des entreprises fordistes, fondées avant tout sur une logique fonctionnelle et sur des nœuds de communication. Cette situation contraste avec la période précédente, caractérisée quant à elle par des structures économiques de petite taille, et dont la localisation était alors indissociable des matières premières et des sources d'énergie. Ce mode de production avait donné naissance à des formes d'appropriation territoriale très fortes, où la dimension identitaire était également présente (expression des "pays noirs", correspondant aux régions industrielles traditionnelles du nord-est de la France). L'organisation économique était alors fortement liée à une organisation sociale particulière, organisation totalement remise en cause par le régime d'accumulation de masse. L'auteur parle d'ailleurs à ce sujet de "déterritorialisation fordiste" (Di Méo, 1998).

La remise en cause de ce modèle à partir des années 1960 est due entre autres à une différenciation de la demande et à un important développement des innovations. Le modèle fordiste apparaît désormais comme beaucoup trop rigide pour pouvoir faire face à ces nouvelles exigences. On assiste alors à un changement dans l'organisation et les stratégies des firmes. Face à un besoin accru de flexibilité, les organisations pyramidales et hiérarchisées laissent progressivement la place à des réseaux de sous-traitants et de fournisseurs plus autonomes. Le renforcement des liens avec l'environnement économique local correspond sans conteste à une "re-territorialisation" de l'activité économique. Les logiques inhérentes à la localisation des entreprises se trouvent également remises en cause. L'optimisation des coûts de transport apparaît de moins en moins pertinente. P. Veltz insiste sur le caractère primordial de l'organisation des territoires : *"Si les firmes continuent à investir dans des zones où apparemment les coûts sont défavorables, ce n'est pas nécessairement par irrationalité (...). Cela veut dire simplement que l'effet-compétitivité d'une structure territoriale se mesure surtout par sa contribution à la qualité de l'organisation productive"* (Veltz, 1993, p. 675). La

---

<sup>80</sup> Un responsable de la filière AOC Chevrotin.

coordination locale des acteurs économiques et la flexibilité des organisations productives deviennent dès lors des facteurs majeurs dans la construction des territoires.

La Géographie comme science territoriale aurait donc vocation à rendre compte des différentes modalités de construction des territoires que nous venons d'évoquer, et surtout de leurs interrelations sur un espace donné. En effet, les logiques identitaires, politiques et économiques renvoient à des appropriations différentes. L'analyse d'un territoire ne mobilise jamais une seule de ces dimensions, mais au contraire une combinaison des trois. Sur le terrain, les configurations territoriales apparaissent donc comme infinies, avec éventuellement une emprise plus forte de telle ou telle logique.

Incluse dans l'aire AOC Roquefort, le Sud-Aveyron nous donne une bonne illustration du caractère combinatoire des logiques économiques, politiques et identitaires. La prépondérance de l'activité liée à la production de lait de brebis fait de ce territoire un espace productif en partie dédié au fromage d'appellation, au point de faire dire à la géographe L. Barthe que la filière aurait inconsciemment joué un rôle "d'inhibiteur de projet de développement local" (Bonniol, Saussol, 1995). L'appropriation se réalise également par le biais identitaire, le Sud-Aveyron englobe en effet une partie du Causse du Larzac, territoire à l'identité fortement marquée, connue en raison contestation paysanne dans les années 1970, en réaction au projet d'agrandissement du camp militaire du Larzac<sup>81</sup>. La sphère politique n'est pas absente, comme en témoignent les "bassins d'activité" mis en place par le Conseil Général à partir de 1993, ayant pour vocation un regroupement de cantons sur la base de projets de développement. F. Mandrou-Taoubi souligne d'ailleurs très bien le caractère "politiquement verrouillé" de ces démarches : *"Les bassins d'activité sont des politiques financées par des organismes publics, donc strictement réglementés (...). Il devient donc difficile à une initiative privée de pénétrer à l'intérieur de ces bassins"* (Mandrou-Taoubi, 2001, p. 19). Dans le Sud-Aveyron, les démarches initiées par les bassins d'activité se heurtent d'ailleurs à la présence du parc naturel régional des Grands Causses, créé en 1995, lui-même fondé sur une "récupération" par les acteurs politiques départementaux d'une volonté locale issue au départ de la mouvance soixante-huitarde (Frayssignes, 1998).

Dans cette construction théorique du territoire, la temporalité des processus est fondamentale. En dépit du caractère divergent des logiques, certains territoires se caractérisent par une grande pérennité dans le temps, tant dans leurs limites que dans leurs caractéristiques. Cette cohérence territoriale résulte selon nous d'une convergence relative entre les logiques politiques, économiques et identitaires. Même construites dans le conflit, ces dynamiques se renforcent les unes les autres et confèrent au territoire une solidité accrue face aux fluctuations de l'environnement, qu'il soit économique (mondialisation des activités) ou politique (bouleversement des maillages administratifs). Nous verrons que cette solidité est fondamentale dans la perspective du développement territorial.

Cette manière d'envisager le territoire repose la question de la place de l'acteur. Qu'il s'agisse d'enjeux de pouvoir (rapports de force), d'identité (représentations) ou de pratiques productives (approches post-fordistes et actions des individus), l'acteur est toujours au cœur des dynamiques de construction territoriale. De nature constructiviste, notre approche s'appuie en grande partie sur les travaux de G. Di Méo. En proposant le concept de formation socio-spatiale, ce dernier introduit l'idée d'entités territoriales pérennes, bien que résultant de rapports de force parfois violents. Par sa vocation à identifier et analyser ce que l'on pourrait

---

<sup>81</sup> Sur cette question, voir P.-Y. Péchoux, J. Pilleboue, M. Roux, (1972). Voir également F. Féral (1980).

appeler les structures élémentaires du territoire (et de leurs combinaisons multiples), la formation socio-spatiale s'inscrit directement dans le paradigme d'une Géographie comme science du territoire, et nécessite de ce fait une analyse spécifique.

### 3.2. Le concept de formation socio-spatiale comme grille d'analyse du territoire

A la manière des chorèmes de R. Brunet, la réflexion de G. Di Méo témoigne de la volonté de conférer à la Géographie un caractère nomothétique. L'objectif est toujours de décrypter le territoire par la construction d'une "grammaire géographique", mais en insistant cette fois-ci non pas sur les structures spatiales élémentaires, mais sur les acteurs, leurs rapports sociaux et leurs représentations. Le concept de formation socio-spatiale (on dira aussi FSS) est né d'une problématique d'aménagement et du rôle accru des acteurs locaux. Face à des travaux mobilisant soit l'échelle de la nation, soit celle des lieux du quotidien, l'auteur estime nécessaire la construction d'une approche fondée sur des découpages intermédiaires, en référence à la notion de "pays", proposée par la DATAR dans les années 1970. Dans un contexte où les limites administratives classiques sont devenues inopérantes pour réguler les aspirations de développement, l'idée est de proposer une échelle d'analyse plus opérationnelle.

La formation socio-spatiale se fonde sur l'hypothèse d'une confrontation active entre ce que l'auteur appelle une "infrastructure géoéconomique" et une "superstructure politique et idéologique". L'auteur s'interroge sur l'existence possible de principes généraux inhérents au fonctionnement de ces formations socio-spatiales : *"A l'intérieur de ces hypothétiques formations socio-spatiales, n'enregistre-t-on pas un système standard de détermination des relations et des pratiques sociales, faisant intervenir, outre l'influence des différents niveaux économiques, politiques et idéologiques typiques de la formation, les schémas de perception et d'action propres aux individus engagés dans le réseau local des relations socio-spatiales ?"* (Di Méo, 1985, p. 665). La combinaison de ces dynamiques apparaît donc comme une constante dans la construction théorique du territoire. Dans ce même article, l'auteur distingue les sphères économiques (modes de production), l'instance géographique (interaction entre la nature et actions humaines), l'instance idéologique (système des idées, des valeurs) et l'instance politique (appareils de pouvoir). La diversité potentielle des formations socio-spatiales apparaît donc comme infinie. L'auteur propose néanmoins une typologie fondée sur une complexité croissante : FSS élémentaire, FSS simple et FSS complexe. Le caractère localisé de la FSS est par ailleurs indéniable, mais sans que l'on ait pour autant une fermeture, étant donné leurs limites nécessairement floues : *"Les formations socio-spatiales se définissent (...) beaucoup plus par leur cœur que par des franges presque toujours indécises"* (Di Méo, 1985, p. 666). La contiguïté spatiale et l'identité collective sont bien entendu des ingrédients indispensables, mais les rapports sociaux des acteurs ne sont pas tous insérés dans une même localité, l'emboîtement de différentes FSS rend l'analyse d'autant plus complexe.

C'est cette notion d'acteur qui caractérise le plus nettement cette démarche. Si les FSS sont fondées sur des relations sociales, elles sont aussi fondées sur des individus et des groupes. G. Di Méo distingue sommairement les acteurs "endogènes" des acteurs "exogènes" ou "transitionnels". Les acteurs endogènes peuvent être enracinés dans un cadre local, qui fait alors office d'espace principal de référence (normes, règles, système de représentations). Les acteurs exogènes sont quant à eux inscrits dans d'autres horizons spatiaux, et projettent leur activité sur la FSS considérée (exemple d'une entreprise). Les représentations de ces acteurs sont un élément fondamental de la construction et de la vie d'une formation socio-spatiale, G.

Di Méo estime d'ailleurs que les FSS sont une *"dimension territoriale des représentations, des pratiques et des rapports sociaux"* (Di Méo, 1987, p. 578).

L'autre grande caractéristique de la formation socio-spatiale réside dans son caractère historiquement construit. Dans un autre article publié en 1991, G. Di Méo identifie deux phases distinctes dans la construction d'un territoire local. Dans un premier temps, il semble d'abord prévaloir un "impératif économique", phase durant laquelle l'organisation d'un espace se réalise essentiellement en fonction de la survie d'une collectivité, avec le foncier comme ressource principale. L'auteur fait référence aux nombreux travaux historiques qui ont mis en évidence la propension des activités traditionnelles (agriculture, pastoralisme) à générer des organisations sociales et des paysages spécifiques. Dans un second temps, c'est l'instance politique et idéologique qui prend le relais, en tant que dynamique d'organisation et de régulation. Cette instance génère des relations de pouvoir qui viennent se greffer sur les logiques économiques primaires. L'exemple de la constitution des paroisses (circonscriptions religieuses élémentaires), héritées des villages (unités économiques de base), est une illustration de ce processus. La territorialisation ne répond plus à des impératifs de survie et de recherche de ressource, mais à des enjeux de pouvoir et de construction identitaire, notamment à travers des manifestations culturelles venant renforcer la légitimité du groupe social. Les espaces actuels de la localité seraient donc hérités d'un mode de production révolu : *"Règles juridiques et pouvoir politique bourgeonnent toujours sur le tronc vigoureux de l'instance économique"* (Di Méo, 1991, p. 279)<sup>82</sup>.

Dans deux ouvrages plus récents (Di Méo, 1996, 1998), l'auteur affine encore davantage sa construction et fait de la formation socio-spatiale un outil d'identification des territoires en tant que construction sociale fondée sur la combinaison de tous les registres de la vie humaine, matériels et immatériels. Le territoire n'en conserve pas moins un caractère stabilisé indéniable : *"Ainsi, se sont forgées au fil des siècles (...) des cellules de vie particulièrement solides"* (Di Méo, cité par Pouzenc, 1999, p. 40). Dans la construction du concept d'ancrage, cette permanence apparaît comme fondamentale. Vis-à-vis de notre objet d'étude, les territoires auxquels nous faisons référence revêtent indubitablement ce caractère durable. D'autres géographes comme X. Piolle insistent davantage sur la mobilité des acteurs comme facteur potentiel de déstructuration territoriale. L'accent est dès lors mis sur les liens sociaux qui se tissent entre des individus et sur la constitution de réseaux (matériels et immatériels), qui viendraient transcender les territoires (Piolle, 1991). Ces derniers seraient alors appréhendés comme des groupes sociaux en interaction permanente, et de ce fait beaucoup plus volatiles<sup>83</sup>. Cette approche introduit des perspectives intéressantes, mais ne nous apparaît pas suffisamment en adéquation avec notre questionnement. Malgré un certain éclatement des pratiques et des représentations, la capacité de conservation des territoires semble toujours de mise, comme le montre G. Di Méo. Dans une perspective systémique, la mise en évidence des dynamiques organisationnelles apparaît comme la démarche la plus pertinente pour rendre compte du processus d'ancrage des AOC fromagères.

Objet central de la Géographie, le territoire n'en demeure pas moins un concept transversal mobilisé par d'autres sciences sociales, parmi lesquelles l'Economie, qui s'intéresse à la dimension spatiale de l'activité économique. Nous avons vu dans la partie précédente comment l'émergence de la qualité avait provoqué une territorialisation des approches économiques de la production. Si l'on considère l'activité économique dans sa globalité, la crise du modèle fordiste et la mondialisation ont profondément renouvelé les questionnements

---

<sup>82</sup> Sur cet aspect, voir également G. Di Méo, (1993).

<sup>83</sup> Cette acception du territoire fait l'objet d'une analyse approfondie dans J.-M. Offner, D. Pumain, (1996).



des économistes et ont contribué à appréhender le territoire comme un facteur d'explication, en insistant sur des dimensions fondamentales pour nous, notamment celle du développement.

#### **4. La dimension territoriale chez les économistes : la (re)découverte d'un concept**

Déjà évoqué dans la partie précédente, le modèle d'accumulation fordiste qui a caractérisé la période des Trente Glorieuses était d'un point de vue spatial fondé sur une production totalement indépendante de son origine. Le critère spatial était alors uniquement appréhendé en termes de distance, c'est-à-dire de coûts de production. La question territoriale était alors ignorée. Les ruptures à l'œuvre à partir des années 1970 ont donné à l'espace une pertinence nouvelle, tant dans l'analyse des stratégies des firmes que dans celle du développement des régions. Ce véritable basculement de paradigme a contribué à une prise en compte accrue du territoire dans les analyses économiques. La redécouverte, en Italie puis en France, des districts industriels marshalliens au travers des systèmes productifs localisés (SPL), ainsi que les travaux relatifs aux milieux innovateurs, participent de cette territorialisation de l'Economie<sup>84</sup>. Pour les entreprises, l'incertitude généralisée qui caractérise la période post-fordiste implique nécessairement une réorganisation sur des bases plus souples, plus flexibles et plus réactives. Les facteurs de production classiques (coûts de transport, salaires, infrastructures...) ne sont plus les seuls ingrédients de la performance. A côté de ces ressources génériques, apparaissent des ressources spécifiques plus difficilement transférables (réseau de sous-traitants, organismes de formation, environnement de qualité...). Ce passage d'une Géographie des coûts à une Géographie de l'organisation (Veltz, 1993) implique la prise en compte du territoire comme catégorie pertinente de l'analyse.

La question du développement est également reposée. L'existence d'un modèle d'organisation efficient est sérieusement remise en cause en faveur de l'idée d'une pluralité de trajectoires de développement, idée rendue possible par l'introduction du territoire dans l'analyse du processus. La très grande diversité des travaux consacrés aux SPL est la meilleure illustration de cette pluralité : *"Cette réflexion sur les rapports entre développement et territoire débouche sur l'idée que l'organisation productive revêt des modalités très diverses qui ne peuvent être réduites à un simple schéma dualiste (...). L'introduction du territoire dans l'analyse nous conduit à inventorier la pluralité des mondes réels de la production et la variété des trajectoires de développement"* (Courlet, 1999, p. 539). La remise en cause des approches spatiales classiques (firme isolée qui minimise ses coûts de localisation<sup>85</sup>) est totale : de réceptacle passif et homogène, le territoire devient une entité construite et hétérogène. Cette construction résulte de la combinaison de dynamiques productives, comme le montre J.-B. Zimmermann : *"Les territoires se construisent sous l'impulsion de jeux d'acteurs en leur sein et à l'articulation avec des logiques de firmes et des logiques industrielles"* (Zimmermann, 1998, p. 4). Ces dynamiques productives sont le fruit des interactions entre acteurs industriels et acteurs institutionnels (au sens économique du terme). C. Courlet définit ainsi le territoire comme une forme d'organisation économique mettant en jeu des firmes en interrelations et des organismes technologiques, de formation et de recherche (Courlet, 1999). D'un point de vue systémique, le territoire émerge à partir

---

<sup>84</sup> Ces questions seront abordées plus en détail dans le chapitre consacré au développement territorial.

<sup>85</sup> Pour une analyse de la localisation en Economie Spatiale, voir le chapitre consacré à cette question dans P. Aydalot, (1985), *Economie Régionale et Urbaine*.

d'interrelations entre acteurs industriels et institutionnels, il renvoie autant à un processus dynamique qu'à une configuration spatiale.

L'appréhension économique du territoire met l'accent sur le caractère cohérent et unitaire de ce dernier. Le but de toute construction territoriale réside dans l'émergence d'une dynamique d'acteurs. Le processus induit nécessairement l'identification d'un "dedans" et d'un "dehors", le dedans possédant dès lors un avantage relatif dans la résolution d'un problème productif. Ce principe de cohérence existe également dans les travaux des géographes, mais de manière moins marquée. Les affrontements entre logiques, les conflits potentiels et les rapports de force semblent davantage privilégiés. La recherche de cohérence ne doit cependant pas déboucher sur une "rationalité territoriale". Faisant référence à certains travaux économiques, B. Pecqueur est à cet égard très clair : *"Le territoire ne saurait être lui-même un acteur. Rien, en effet ne permet de démontrer l'existence d'une rationalité collective qui doterait un territoire d'une capacité stratégique. Par contre, le territoire apparaît bien comme une configuration organisationnelle arrangeant à la fois des firmes et des institutions"* (Pecqueur 1996, p. 15). La personnification abusive du territoire semble en effet à éviter, étant donné qu'il s'agit toujours d'un ensemble d'acteurs aux statuts et aux stratégies très hétérogènes. Cette démarche peut présenter un intérêt heuristique, mais relève toujours d'un raisonnement a posteriori, susceptible d'aboutir à des interprétations erronées.

Généralement, l'activité économique comme modalité de construction territoriale est également présente chez les géographes, mais en étant placée au même niveau que les dimensions politiques et identitaires. La prégnance de l'instance productive chez les économistes semble donc être un élément important de différenciation entre les deux disciplines, et occasionne de ce fait de fréquents malentendus, les géographes reprochant fréquemment aux économistes leur vision trop restrictive du territoire. Dans un article récent, O. Crevoisier et N. Gigon proposent une interprétation intéressante du clivage entre les deux disciplines : *"Pour les géographes, le territoire est un espace naturel et social produit par un groupe humain qui se l'approprie. Cet espace est chargé de sens par son histoire et par ses habitants qui l'investissent de valeurs et y accrochent leurs identités (...). Lorsqu'il pense l'économie, le géographe part d'un espace perçu, vécu et chargé de sens ainsi que de l'environnement naturel (...). Pour les économistes, l'espace et le territoire sont généralement pensés comme les produits de la dynamique économique (...). Dans ce schéma de pensée, l'espace et le territoire sont produits selon une relation de causalité par un processus économique. Ils ne sont donc que l'empreinte de l'économie, une pâte à modeler trop molle pour influencer en retour sur les processus économiques"* (Crevoisier, Gigon, 2000, p. 658). Malgré tout, certains chercheurs "sortent" de la sphère strictement productive et élargissent leur perception du territoire. Ainsi, C. Courlet, B. Pecqueur et B. Soulage estiment que la notion renvoie à des "conditions socio-économiques favorables", caractéristiques des SPL. Le territoire désigne alors une homogénéité sociale à travers des comportements culturels, des structures familiales et des rapports de voisinage. Le rapprochement avec la Géographie est ici explicite : *"La deuxième dimension tient au renouveau d'une Géographie Humaine qui renoue avec les disciplines historiques, sociologiques et économiques. L'apport à la lecture des "territoires construits" et dès lors évidente puisque la composante humaine est déterminante dans cette construction"* (Courlet, Pecqueur, Soulage, 1993, p. 20).

Ainsi, une "fertilisation croisée" entre Géographie et Economie nous semble possible sur une question aussi vaste et aussi complexe. Nous avons vu comment certains géographes abordaient la question de la construction des territoires à travers de nombreuses dimensions. Ces travaux sont selon nous complémentaires des approches économistes, qui insistent

d'avantage sur les aspects productifs, fondamentaux dans notre problématique. Toutefois, le champ de recherche dans lequel nous nous situons ne se réduit pas aux modalités de construction territoriale. Notre démarche fondée sur l'ancrage porte également une attention particulière aux processus d'imprégnation des dynamiques économiques et productives par les logiques territoriales. Ce sont ces processus qu'il s'agit d'analyser maintenant.

## **5. De la construction à l'imprégnation : les deux facettes du concept de territoire**

Cette partie est fondée sur l'idée a priori simple que le territoire en tant que construit politique, économique et identitaire exerce à son tour sur les acteurs une influence sur les acteurs dans leurs pratiques et leurs représentations. Nous mobilisons pour cela l'idée d'imprégnation, qui renvoie selon nous à une autre facette de la notion de territoire. Dans le sens commun, l'acte d'imprégner renvoie entre autres à "pénétrer" un groupe, à travers l'exercice d'une influence. En ce qui concerne la discipline géographique, cette manière d'appréhender le territoire trouve ses racines dans l'Ethologie, qui étudie le comportement des animaux dans leur environnement. Le territoire est alors défini comme une zone géographique occupée par un animal, et dont la présence exclut a priori la présence d'un congénère de même sexe, comme le laisse entendre R. Brunet dans sa définition (Brunet, 1993). L'idée d'appropriation est toujours présente, par le biais de marquages olfactifs par exemple. Le transfert de la vision éthologique du territoire s'est notamment réalisé vers la Géographie Politique, comme en témoignent les travaux de C. Raffestin. Toute institution (voire toute organisation sociale) s'efforce de légitimer son existence en délimitant un espace dans lequel s'inscrit son action. Le territoire renvoie à une portion d'espace caractérisée par des règles qui s'appliquent de manière uniforme. Dans cette perspective, c'est toutefois plus la territorialité des acteurs que le territoire lui-même qui est intéressante à analyser. C. Raffestin cite un naturaliste du début du XX<sup>ème</sup> siècle – H.-E. Howard – pour qui la territorialité désigne "*la conduite caractéristique adoptée par un organisme pour prendre possession d'un territoire et le défendre contre les autres membres de sa propre espèce*" (Raffestin, 1980, p. 125).

La territorialité d'un acteur fait référence aux relations qu'entretient cet acteur avec le territoire auquel il appartient, le territoire étant alors quasiment confondu avec le groupe social (Piolle, 1991). L'attention se porte dès lors sur l'immersion de l'acteur dans le collectif, et sur la manière dont les deux interagissent. L'idée d'imprégnation de l'acteur se fonde en partie sur une vision structuraliste, où l'acteur est inscrit dans un contexte social (en l'occurrence territorial) qui le contraint dans ses pratiques et ses représentations. Les dynamiques territoriales se manifestent donc également à travers leur propension à exercer une contrainte sur les stratégies des acteurs. Cette idée est reprise par d'autres géographes, parmi lesquels G. Di Méo, pour qui la FSS s'apparente à une structure sociale qui tout en contraignant les acteurs, leur réserve une marge de manœuvre. Sans tomber dans un déterminisme (non pas naturel mais socio-spatial), l'auteur explique que les FSS comportent des "*références qui contribuent à infléchir les choix, personnels ou sociaux, ou mieux, à les fixer. La montagne ou la plaine, telle forêt, telle source, tel espace urbain ou tel monument, fournissent aux individus comme aux communautés des cadres culturels, des références mythiques ou symboliques. Ils contribuent à forger leurs systèmes de valeur, leur idéologie*" (Di Méo, 1993, p. 87). Du point de vue de la formulation, nous préférons quant à nous dire que ce sont les acteurs qui s'octroient eux-mêmes une marge de manœuvre. L'ouvrage co-écrit par H. Gumuchian, E. Grasset, R. Lajarge et E. Roux s'inscrit directement dans cette perspective d'imprégnation. Les auteurs proposent la notion "d'acteur territorialisé" pour

rendre compte de la manière dont le contexte socioéconomique inhérent à un espace joue sur les pratiques et les représentations de ces acteurs. En termes de posture épistémologique, ils prônent une "Géographie de l'entre-deux" comme science sociale à part entière, où le territoire serait une interface entre des structures dominantes (structuralisme) et la singularité des relations individuelles (individualisme). Les liens entre acteurs et territoires seraient dès lors fondés sur une réciprocité : imprégnation par les structures sociales et marge de manœuvre des acteurs (Gumuchian, Grasset, Lajarge, Roux, 2003).

L'analyse du comportement territorial d'une entreprise met également en perspective cette idée d'imprégnation. Le clivage méthodologique mis en évidence par M. Guibert dans les travaux relatifs à l'ancrage des firmes oppose des chercheurs pour qui la stratégie d'une entreprise s'élabore "ex ante" (hors du territoire), puis se projette, et d'autres pour qui la stratégie de l'acteur intègre d'emblée cette territorialité. Les observations effectuées dans la filière Roquefort nous font plutôt pencher pour la deuxième posture. De nombreuses décisions essentielles concernant l'entreprise Société des Caves sont prises au niveau local, sans en référer à une autorité supérieure. Ces décisions sont de ce fait plus ou moins imprégnées des réalités socio-économiques du territoire concerné (revendications des éleveurs, exigences des élus en termes de développement...) : *"Un élément frappant est le fait que cette prégnance locale s'exerce également sur les acteurs venus de l'extérieur, notamment en ce qui concerne les industriels. La stratégie industrielle et commerciale du groupe Lactalis semble en effet infléchie par de réelles préoccupations territoriales. Dans les discours et les pratiques des dirigeants, les notions de développement agricole et rural sont récurrentes. Ce phénomène "d'acculturation" apparaît pour Lactalis comme un point de passage obligé qui engage sa légitimité auprès des acteurs locaux"* (Frayssignes, 2001, p. 95).

A noter pour terminer que malgré le caractère social de notre approche, l'imprégnation des acteurs peut également concerner la dimension naturelle du territoire. J. Pilleboue inclut d'ailleurs cette dimension dans sa définition du territoire, qui renvoie également à l'économique, au social et à l'institutionnel : *"Cette Nature constitue elle-même un agencement global dont les particularités contribuent en partie à donner leur visage aux paysages"* (Pilleboue, 1999, p. 75). Ce même auteur appréhende la nature comme un ensemble de potentialités, permettant la construction de la qualité (Pilleboue, 2004). Dans la deuxième partie de la thèse, nous avons ainsi observé que la dimension naturelle pouvait être abordée en termes d'imprégnation. Dans certains cas, les caractéristiques du territoire influencent directement les pratiques et les représentations des individus, on pense par exemple au clivage entre montagne et vallée, qui conditionne non seulement les acteurs, mais aussi les relations qu'ils peuvent entretenir au sein des filières (Savoies). Dans d'autres cas, la prégnance naturelle alimente des dynamiques identitaires pour engendrer des discontinuités territoriales et infléchir les dynamiques collectives (Pays d'Auge, Berry, Touraine).

Dans une perspective davantage économique, le territoire donne une forme aux stratégies des acteurs économiques et infléchit leur rationalité. Toujours à propos des géographes, O. Crevoisier et N. Gigon résument bien la situation : *"Les propriétés des flux, des relations, des structures et des processus sont en premier lieu de nature spatiale et c'est à partir de cette **matrice** (NDLR : terme mis en gras par les auteurs) que les économies des différentes sociétés se développent"* (Crevoisier, Gigon, 2000, p. 658). Ce paradigme de "l'acteur situé" est largement évoqué par les économistes. L'avènement du facteur territorial comme critère d'analyse des dynamiques économiques a permis la mise en évidence des résistances et des pesanteurs locales face au phénomène de mondialisation (c'est la thèse

défendue dans "Les Régions qui gagnent"<sup>86</sup>). Ces analyses tendraient donc à montrer le caractère contraignant du territoire du point de vue de la rationalité économique.

Les avancées récentes sur les trajectoires de développement sont une autre illustration de l'imprégnation des acteurs et des logiques économiques. L'existence d'une infinité de modèles de développement est à mettre en relation avec l'infinité de configurations territoriales qui peut exister : *"L'analyse des territoires montre que le développement se déploie à partir d'un système d'interrelations, de circulation d'informations, de production et de reproduction des valeurs qui caractérisent un mode de production. Cela signifie que les facteurs critiques du développement sont historiquement enracinés dans la réalité sociale locale et ne sont donc pas facilement transférables à d'autres espaces"* (Courlet, 1999, p. 540). En infléchissant la rationalité des acteurs, le territoire donne donc une forme aux trajectoires de développement, qui sont donc elles aussi uniques.

En conclusion de ce chapitre, l'ensemble de ces travaux permet de construire une grille de lecture des dynamiques territoriales, grille dans laquelle il s'agira d'insérer les éléments collectés sur le terrain. Le territoire se manifeste de deux manières distinctes et simultanées. D'une part, il s'agit d'une entité spatiale concrète (objective ?) dotée de caractères spécifiques (naturels, sociaux), et composée d'acteurs de nature diverse. Ceux-ci entretiennent entre eux et avec l'extérieur des relations variées (coopération, concurrence...) et contribuent à la production et à la reproduction de leur espace de vie. L'idée de territoire implique donc la permanence, à travers l'établissement de relations durables, les acteurs tendent à créer et à renforcer leur cohésion, et contribuent à la différenciation de leur territoire. Les entités territoriales les plus solides et les plus cohérentes sont celles qui témoignent d'une convergence plus ou moins forte entre les trois modalités de construction. Les territoires ainsi produits au cours du temps sont certes porteurs de sens pour les acteurs qui s'y trouvent, mais ils sont également reconnus par l'extérieur comme des entités cohérentes, malgré des dynamiques internes parfois très conflictuelles. D'un point de vue économique, ces territoires semblent être les plus aptes à opposer une résistance aux évolutions globales.

D'autre part, le territoire apparaît sous une forme immatérielle, présente dans la rationalité de chaque acteur, qui oriente ses pratiques et ses représentations. Un territoire constitue une référence stratégique dotée de sens, dans et par rapport à laquelle l'acteur inscrit son action. Ces références spatiales peuvent être multiples, et exister à des échelles différentes. Elles sont pour une part héritées, et pour une autre part fait générées à partir des territoires concrets que les acteurs contribuent à produire. Tel qu'il est envisagé ici, le territoire "s'impose" en quelque sorte aux acteurs. Ses caractéristiques représentent soit des ressources à exploiter, soit des contraintes, des pesanteurs dont il faut tenir compte. Ainsi, l'arrivée dans une région donnée d'un nouvel acteur économique est susceptible de modifier l'organisation du territoire concerné et les pratiques des acteurs qui le composent. Dans le même temps, les dynamiques à l'œuvre au sein du territoire peuvent amener cet acteur à modifier sa stratégie afin de la rendre compatible avec les réalités locales. Il s'agit davantage ici d'un territoire subjectif, car vécu. Ainsi, ces deux dimensions se répondent l'une l'autre et se construisent dans un processus récursif complexe, ce qui suppose une approche nécessairement historique des processus. C'est donc sur cette appréhension particulière du territoire que se fonde notre démarche de construction du concept d'ancrage territorial.

---

<sup>86</sup> G. Benko, A. Lipietz, (dir.), (1992), *Les régions qui gagnent, les nouveaux paradigmes de la Géographie économique*.

## **Chapitre 3**

### **L'ancrage territorial comme grille d'analyse du développement**

Le chapitre précédent a permis de mettre en évidence la nature et la complexité des liens qui pouvaient exister entre une activité économique (en l'occurrence une filière) et son territoire. Cette complexité se manifeste d'une part à travers la réciprocité des liens entre les deux objets, et d'autre part à travers les multiples dimensions des dynamiques territoriales. Le modèle d'analyse fondé sur le concept d'ancrage territorial est imprégné de cette double complexité. Peu utilisé par les géographes en tant que concept, l'ancrage tel que nous l'appréhendons entend se situer au cœur des réflexions portant sur la relation entre espace et société, fondatrice de la discipline géographique, en insistant plus particulièrement sur la dimension économique. Analyser le fonctionnement d'une filière en termes d'ancrage territorial signifie que sa compréhension ne se réduit pas à sa dimension "verticale" (pensée ici comme les relations entre les acteurs de cette filière), et nécessite au contraire d'introduire une perspective horizontale, qui inclurait l'ensemble des dynamiques qui président à la construction d'un territoire. Pour le géographe, la filière – comme toute activité économique – n'a de sens que si elle est appréhendée dans son cadre territorial.

Ce modèle d'analyse n'a pas uniquement une vocation heuristique, il s'inscrit également dans des préoccupations professionnelles et politiques fortes puisqu'il s'agit à travers l'ancrage de répondre à la question de l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement territorial. Après quelques considérations préalables destinées à proposer une première définition de l'ancrage territorial, notre démarche portera dans les deux parties suivantes à reconstruire ce concept dans une perspective géographique, mais à travers un cheminement pluridisciplinaire permettant d'enrichir l'analyse par des apports issus de l'Economie et de la Sociologie. Enfin, dans une quatrième section, c'est à la question du développement territorial qu'il conviendra de s'intéresser. Les questions visant à évaluer la place des AOC dans ce processus nous amèneront à nous appuyer sur un certain nombre d'outils théoriques transversaux. Pensé en termes d'ancrage, le développement territorial trouvera ainsi ses fondements dans les notions de ressource et de coordination.

# I. Le concept d'ancrage territorial, considérations préliminaires

Dans son sens premier, le terme d'ancrage est dérivé de celui d'ancre, qui désigne l'objet utilisé pour maintenir sur place un bateau. L'ancrage renvoie donc à l'idée d'attacher à un point fixe. Par extension, il fait référence aussi bien à des éléments matériels (ancrage d'une plante dans le sol) qu'immatériels (ancrage d'une idée dans un esprit, ancrage identitaire). L'ancrage peut être spatial, mais également temporel : on peut dire d'un auteur qu'il est ancré dans une époque. Quelles que soient les images auxquelles on fait référence, l'ancrage renvoie à un même principe : celui de la fixation à un support immobile d'un objet, lui-même mouvant. La transposition au champ qui nous intéresse ici est dès lors facilitée. L'activité économique qui se localise, et se délocalise, illustre cette mobilité vis-à-vis du territoire, qui correspond quant à lui à une entité statique. Dans cette perspective, le processus d'ancrage d'une activité économique a comme conséquence une perte (partielle) de sa mobilité. Toutefois, appréhender l'ancrage uniquement à travers ce seul phénomène apparaît réducteur. De manière provisoire, nous définissons l'ancrage comme l'ensemble des liens réciproques qui unissent une activité économique (acteur, entreprise, filière...) avec un territoire. L'ancrage comme processus désigne donc à la fois l'action de "s'ancrer", qui relève d'une stratégie, et "d'être ancré", qui renvoie davantage à un constat.

## 1. La vision "positive" de l'ancrage

Notre posture nous amène à prendre nos distances avec une vision trop "idéale" d'un ancrage nécessairement local, chargé de valeurs positives et instrumentalisé par le discours militant des acteurs. Les enjeux n'en sont pas moins fondamentaux. Face à l'incertitude induite par la globalisation des activités (délocalisations, flexibilité...), l'ancrage apparaît comme une valeur refuge, un facteur de pérennité face à un environnement perçu comme hostile. Les exemples mettant en scène l'ancrage comme outil de communication sont innombrables, notamment dans le monde agroalimentaire<sup>87</sup>. L'ancrage est alors pensé comme une alternative au modèle productiviste. Comme le notent G. Nguyen, M. Gafsi et B. Legagneux, l'ancrage fait partie des priorités du Ministère de l'Agriculture, suite à la loi d'orientation agricole de 1999 (Nguyen, Gafsi, Legagneux, 2004) : "*Ancrer l'agriculture au territoire : de plus en plus, il s'agit d'insérer l'agriculture et les agriculteurs dans un projet de territoire*"<sup>88</sup>. Sans être totalement écartée, cette acception de l'ancrage ne renvoie qu'à une partie de la réalité. Toute activité économique est liée – même de manière très ténue – à un espace de production, ou du moins interfère plus ou moins intensément avec des dynamiques sociales liées à des territoires appropriés par des acteurs. Ce postulat est d'autant plus vrai lorsque l'on considère l'agriculture. Notre recherche s'attache davantage à l'ancrage en tant que concept apte à rendre compte d'une réalité, plutôt que processus ou état d'une activité donnée.

---

<sup>87</sup> La dernière campagne de promotion des AOC laitières françaises réalisée par le CNAOL illustre cette stratégie, à travers le slogan : "*Des fromages faits ici et pas autrement !*".

<sup>88</sup> Voir notamment le dossier "*L'agriculture dans les CPER*", Chambres d'Agriculture n°900, juillet 2001, p. 20.



## 2. Du lien au terroir à l'ancrage territorial

Nous avons montré plus haut comment l'approche par le terroir, fondé sur les relations entre l'Homme et la Nature, ne suffisait pas à rendre compte des liens entre une filière et son territoire, et qu'il était nécessaire d'élargir l'analyse au territoire dans son ensemble, dont le terroir ne serait finalement qu'une composante. L'ancrage au terroir demeure malgré tout un thème récurrent dans les préoccupations des filières que nous étudions. Cet ancrage induit l'idée d'une consubstantialité partielle entre le produit et son aire de production, l'un découlant de l'autre, comme cela est dit dans le règlement instituant les AOP et les IGP : *"On entend par 'appellation d'origine' : le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire, originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays, et dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée"*<sup>89</sup>. Appréhendé dans cette perspective, l'ancrage au terroir d'un produit devient synonyme de typicité.

Quelques observations récentes laissent cependant à penser que la limite sémantique entre terroir et territoire n'est pas si nette qu'il n'y paraît. Ainsi, dans une contribution à l'ouvrage dirigé par J.-P. Sylvestre, E. Valceschini et A. Torre n'hésitent pas à baptiser leur chapitre *"Politique de la qualité et valorisation des terroirs"*, alors que leur réflexion aborde très largement la sphère territoriale, notamment sous l'angle du développement rural (Sylvestre (dir.), 2002, p. 273). Le rapprochement entre terroir et territoire s'opère également dans le discours des acteurs. De création récente, l'association "Terroirs & Cultures" se propose de réfléchir sur la notion de terroir, placée au cœur d'un projet de développement. Dans le manifeste de l'association, on peut lire : *"La signification première du mot terroir lui donne un double visage : une étendue de terre caractérisée par ses aptitudes agricoles d'une part, et d'autre part, une région rurale, 'provinciale', liée à un mode de vie particulier. Cette approche trop réductrice ne s'accorde plus avec l'actualité des terroirs (...). Le terroir se conçoit aujourd'hui comme une réalité complexe, un maillage subtil entre des hommes, un milieu naturel, des savoir-faire, une culture, une histoire. Loin de considérer les terroirs comme les sanctuaires d'un monde rural en voie de disparition, nous voyons au contraire en eux des pistes d'avenir pour un nouveau type de société (...). Le terroir redessine un territoire à échelle humaine (...). Les terroirs sont des terres de ressources, points de départ d'une nouvelle économie de marché ouverte sur le monde"*<sup>90</sup>.

Au vu des termes employés, on pourrait parler de "territorialisation du terroir". Ce dernier n'apparaît pas comme une entité porteuse de valeurs passéistes et fermée sur elle-même, mais au contraire comme un concept empreint de modernité et tourné vers l'avenir. Nous préférons malgré tout employer la dénomination d'ancrage territorial pour désigner notre modèle d'analyse, et réserver ainsi la notion de terroir à la seule sphère agricole, sans que le rôle des savoir-faire en soit amoindri. L'analyse d'une activité économique en termes d'ancrage territorial relève d'une approche géographique, mais s'inscrit aussi dans un dialogue avec certains courants des autres sciences sociales (Economie et Sociologie). Ces apports extérieurs s'avèrent très féconds pour préciser et enrichir notre cadre théorique.

---

<sup>89</sup> Règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil, du 14 juillet 1992, relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, article 2.

<sup>90</sup> Association Terroirs et Cultures, *Eléments fondateurs d'une nouvelle dynamique humaine, économique, sociale et environnementale*, 2004.

## II. L'ancrage comme construction pluridisciplinaire

L'ancrage territorial est envisagé comme un concept par le courant des Dynamiques de Proximité, qui met l'accent sur son caractère construit à travers les dimensions géographiques, organisationnelles et institutionnelles. Le comportement des firmes est analysé sous un angle nouveau, même si persiste une certaine tendance à la personnification du territoire, qui demeure cantonné dans une acception relativement passive. Les recherches menées dans le cadre de la Sociologie Economique permettent de répondre à une partie des questions posées par la Proximité, dans la mesure où le territoire peut être appréhendé en termes d'encastrement. Ces deux détours disciplinaires contribuent à enrichir la construction du concept d'ancrage dans une perspective géographique.

### 1. L'ancrage vu par le courant des Dynamiques de Proximité

L'expression d'ancrage territorial est relativement fréquente dans les écrits des géographes, mais elle est employée le plus souvent de manière assez neutre, et non pas comme un concept à part entière. L'ancrage renvoie à l'insertion d'un acteur sur un territoire, quand il n'est pas synonyme de localisation. C. Margetic évoque ainsi l'ancrage au tissu local, défini comme *"une bonne insertion des pratiques des éleveurs dans les fonctionnements biologiques et sociaux locaux"*. L'ancrage d'un produit fait alors référence à son adéquation avec les pratiques des producteurs et leurs contraintes économiques : *"L'objectif étant que la nouvelle filière soit accessible à la majorité des élevages et non seulement à un "club de producteurs" plus ou moins fermé"* (Margetic, 1999, p. 67). L'ancrage territorial est notamment mobilisé par l'économiste J. B. Zimmermann, dont les travaux s'inscrivent directement dans le courant de l'Economie de la Proximité. Né au début des années 1990, ce courant émerge à l'initiative d'un groupe de chercheurs issus de l'Economie Spatiale et de l'Economie Industrielle<sup>91</sup>. La rencontre entre ces deux champs de recherche fait suite aux travaux menés sur les systèmes productifs localisés (SPL), les nouveaux rapports entre firmes et territoires nécessitant un renouvellement des appareillages théoriques. Ce courant remet notamment en cause un certain présupposé "localiste" et prône une approche constructiviste du local. Comme programme de recherche, la proximité se veut une théorie de la coordination des acteurs faisant une large place à la dimension spatiale. La proximité – au sens strict le fait d'être proche – renvoie à un potentiel d'interactions formelles et informelles entre agents, susceptibles de déboucher sur une coordination. Malgré une finalité centrée sur l'action collective, il s'agit d'une approche qui privilégie avant tout les individus eux-mêmes. La proximité est une notion plurielle qui se décline selon trois dimensions principales :

- la proximité géographique, qui renvoie à la localisation des acteurs et des entreprises dans l'espace. Ce dernier étant pris au sens géonomique, mais également considéré en termes de construction sociale,
- la proximité organisationnelle, qui concerne les interactions entre acteurs et groupes d'acteurs au sein d'organisations formelles ou informelles. Elle implique l'appartenance à un même espace stratégique de référence,

---

<sup>91</sup> Citons notamment : M. Bellet, G. Colletis, C. Dupuy, J.-P. Gilly, J. Perrat, B. Pecqueur et J.-B. Zimmermann. Le lecteur est invité à consulter les références de ces auteurs en bibliographie.

- la proximité institutionnelle, qui fait référence à l'adhésion des acteurs à un ensemble de règles, de représentations et de valeurs qui vont orienter leur stratégie et aboutir à des comportements réguliers de coordination<sup>92</sup>.

Cette distinction a pour but de démontrer que l'espace local n'est pas antérieur, qu'il n'est pas un réceptacle homogène des relations de coordination entre acteurs, mais au contraire qu'il émerge et se structure à partir des relations de proximité. L'évolution par rapport aux travaux sur les SPL est importante, ces derniers étant au contraire fondés sur une certaine homogénéité territoriale. Comme l'explique Isabelle Leroux dans sa thèse, on passe effectivement "*du territoire postulé au territoire construit*" (Leroux, 2002, p. 192).

Les recherches menés sur l'ancrage territorial par J.-B. Zimmermann correspondent en quelque sorte à une analyse en termes de proximité des rapports entre firme et territoire. Partant des travaux consacrés à la localisation de l'entreprise et à la concurrence entre territoires (politiques d'attractivité), l'auteur propose une approche dialectique fondée sur le clivage entre ancrage et nomadisme. L'ancrage correspond alors à une "rencontre productive" entre deux histoires, deux logiques, en l'occurrence celle de la firme et celle du territoire. Certes, la firme conserve toujours une marge de manœuvre dans son implantation (recherche de réversibilité), mais des phénomènes d'engagements mutuels sont également possibles, ceci en vue de construire des ressources spécifiques. L'auteur précise également que l'ancrage territorial peut impliquer l'émergence d'une communauté de destins, notamment à travers la mise en compatibilité de trajectoires et d'objectifs au départ divergents. Concrètement, cette communauté de destins peut se manifester sous la forme d'un profond enracinement d'une activité dans une région. L'auteur donne l'exemple des régions industrielles traditionnelles du nord-est de la France, où la crise économique a été vécue comme un drame par la population : "*L'ancrage territorial d'une firme, quand il est effectif, crée de l'histoire, qui fonde une communauté de destins. C'est le parcours bien marqué des régions d'industrialisation ancienne (...). C'est une communauté de destin qui scelle les devenir, à tel point que la crise de l'entreprise devient crise du territoire, le déclin industriel se mue inéluctablement en drame social*" (Zimmermann, 1995, p. 4). L'intérêt de cette approche réside notamment dans sa dimension dynamique, en rupture avec les théories antérieures fondées sur la localisation. L'auteur propose une démarche méthodologique permettant d'évaluer l'ancrage d'une firme donnée, il s'agit pour cela de considérer cette firme dans sa triple insertion :

- dans un groupe plus vaste (autonomie, intégration, marge de manœuvre...),
- dans une industrie ou un secteur (implication dans une organisation plus vaste...),
- dans un territoire (prédation, ancrage, nomadisme...).

Le processus d'ancrage, ou de non-ancrage, résulte donc de la "tension organisationnelle" entre ces trois ensembles, dont les logiques et les finalités divergent fortement<sup>93</sup>. Il dépend de la capacité de la firme à "jouer" sur les potentialités des territoires. Cette nouvelle appréhension du comportement territorial de la firme renvoie notamment aux travaux de J. Perrat, qui à travers l'exemple de Thomson et Hewlett Packard, évoque la notion de positionnement vis-à-vis des ressources, qui va varier en fonction des besoins de l'entreprise. L'auteur distingue dès lors deux types de stratégie : l'étanchéité (fonctionnement autocentré, faible autonomie des acteurs locaux, cas de Thomson) et l'osmose (culture

<sup>92</sup> Les fondements de l'approche proximité sont exposés dans l'ouvrage dirigé par A. Rallet et A. Torre (1995).

<sup>93</sup> J.-B. Zimmermann fait ici référence aux travaux du LEREPS (Laboratoire d'Etudes et de Recherches sur l'Economie de la Production et les Systèmes sociaux). Sur le mode d'enracinement territorial d'un groupe, voir C. Dupuy, J.-P. Gilly, *Les stratégies territoriales des grands groupes*, in A. Rallet, A. Torre (1995).

d'entreprise décentralisée, liens forts avec l'environnement local de sous-traitants et d'organismes de formation, cas d'HP). Durant la période récente, J. Perrat constate néanmoins une évolution significative, qui se traduit par une relative convergence de ces deux types de comportements. Si Thompson semble vouloir s'ouvrir davantage sur son environnement local et créer des partenariats avec de nouveaux acteurs, HP ressent au contraire le besoin de recentrer ses relations dans un cadre plus cohérent, plus rationnel, davantage en rapport avec ses intérêts (Perrat, 1992)<sup>94</sup>. J.-B. Zimmermann s'emploie malgré tout à ne pas raisonner uniquement à partir du point de vue de la firme. Il privilégie de ce fait l'engagement mutuel et insiste sur le caractère spécifique des ressources. Celles-ci ne sont pas données a priori mais construites. Le territoire n'est plus un simple stock de ressource, il participe activement à leur construction. Les facteurs de localisation classiques (coût, main-d'œuvre, distance) ne suffisent plus à expliquer la stratégie des firmes, d'autres éléments entrent en ligne de compte en liaison avec un marché qui évolue (organisation, compétences<sup>95</sup>, flexibilité...). La proximité avec les réflexions menées par M. Savy et P. Veltz apparaît ici évidente<sup>96</sup>.

## 2. Ancrage et proximité, des questions qui restent en suspens

Même si l'auteur s'intéresse essentiellement aux activités industrielles et technologiques, sa démarche peut être transférée à d'autres types d'activités. Certes, l'agriculture se caractérise par un lien au lieu particulier, lien d'autant plus spécifique lorsqu'il s'agit d'une AOC. Les phénomènes de mobilité ne sont malgré tout pas totalement absents, on a pu ainsi observer des logiques de relocalisation (voire de construction) de fromageries directement imputables à la présence d'une ou plusieurs aires d'appellation. De même, nous verrons que si les exploitations agricoles ne sont pas concernées par la mobilité, l'attractivité induite par une AOC peut influencer les choix géographiques d'installation des agriculteurs. Une transposition de la démarche reste donc possible.

En premier lieu, le caractère dynamique de l'approche laisse une large place à la dimension historique. L'ancrage est pensé comme un processus inscrit dans le temps, et non pas un phénomène ponctuel ayant lieu au moment de la localisation de l'entreprise : "*Cette rencontre quand elle se produit et débouche sur un fait productif (...), alors révèle un ancrage territorial, entendu comme partage d'un bout d'histoire commune de l'entreprise et du territoire*" (Zimmermann, 1998, p. 218). Ensuite, la mise en évidence du caractère construit des ressources territoriales rappelle fortement de nombreux travaux géographiques sur la production de territoire. J.-B. Zimmermann emploie le terme de "tissu industriel" pour désigner une configuration productive particulière fondée sur des interactions entre des acteurs privés (firmes) et des acteurs institutionnels (organismes de formation, technologiques, collectivités territoriales...). Tissu et territoire sont finalement assez proches l'un de l'autre : "(...) *Lequel peut ou non déboucher sur une rencontre productive, et aboutir à l'identification des acteurs industriels et technologiques qui participent à un processus de construction territoriale, à un tissu (...). En ce sens, le tissu émerge comme un construit, qui*

<sup>94</sup> Voir aussi l'exemple de Sony dans le sud de la France développé par M. Daynac, C. Dupuy et Y. Panadero, in B. Boureille, B. Guesnier (textes réunis par), (1994), *Dynamiques des activités et évolutions des Territoires*.

<sup>95</sup> Lorsqu'elles renvoient à des ressources, les compétences sont définies comme des aptitudes à résoudre un problème productif spécifique.

<sup>96</sup> Voir M. Savy, P. Veltz (1993), *Les nouveaux espaces de l'entreprise*. Voir également P. Veltz (1993), *D'une Géographie des coûts à une Géographie de l'organisation : quelques thèses sur l'évolution des rapports entreprises – territoires*.

*n'est pas le simple fait d'une densité et d'une volonté institutionnelle de la part des collectivités territoriales, mais avant tout celui d'une territorialisation effective des acteurs industriels*" (Zimmermann, 1998, p. 223). Défini comme forme productive territorialisée, le tissu apparaît comme l'équivalent technologique du bassin de production de la Géographie Agricole. En ce sens, l'analyse proposée par J.-B. Zimmermann constitue une formalisation théorique du processus de construction territoriale dans son acception économique.

Pour autant, dans l'analyse de cette relation entre une firme et son territoire, certaines questions restent en suspens. Ces questions renvoient d'une part à l'appréhension du territoire par l'auteur, et d'autre part au caractère stratégique du processus d'ancrage. Il nous semble en effet important de revenir sur cette notion de rencontre productive qui fonde l'ancrage. Selon l'auteur, cette rencontre concerne deux logiques a priori divergentes, tant dans leur inscription spatiale que temporelle. S'il apparaît pertinent de parler de logique pour une firme (rationalité de comportement), il nous semble en revanche plus discutable de réduire le territoire à une entité cohérente, même si l'auteur est conscient de l'enchevêtrement parfois contradictoire des différents niveaux d'intervention publique (échelle locale, nationale, européenne). La logique territoriale est ici réduite aux stratégies initiées par les collectivités territoriales visant à attirer des entreprises. J.-B. Zimmermann estime quant à lui que le développement d'un territoire passe par une recherche accrue de plasticité : *"La dualité de l'entrée par la firme ou par le tissu (le territoire) amène à considérer la pérennité d'un tissu sous l'angle d'une notion de plasticité du territoire, c'est-à-dire sa capacité à engendrer de nouvelles combinaisons de ressources"* (Zimmermann, 1998, p. 215). Cette tendance à la personnification du territoire est un autre élément à noter. Les travaux des géographes envisagent certes le territoire au travers de sa cohérence, mais insistent dans le même temps sur la diversité, les dynamiques hétérogènes, les contradictions et les conflits. Une construction géographique de l'ancrage doit selon nous éviter autant que possible toute personnification abusive du territoire. Il nous semble donc important d'intégrer cette hétérogénéité dans notre construction théorique, en mettant d'ores et déjà au pluriel le terme de "logiques territoriales".

Par ailleurs, il nous faut également nuancer l'idée d'un ancrage territorial vu comme la tension organisationnelle entre une triple insertion (dans un groupe, dans un secteur et dans un territoire). Si la place de la firme dans le groupe et dans le secteur sont appréhendés comme des contraintes plus ou moins subies (autonomie, intégration dans une organisation industrielle plus large, marge de manœuvre...), l'insertion territoriale est davantage analysée en termes stratégiques (prédation, ancrage ou nomadisme) : *"Celle-ci (NDLR : l'unité industrielle) apparaît donc au carrefour de formes d'organisation de nature industrielle (groupe, industrie), d'une part, et de formes d'organisations de nature territoriale, d'autre part. De cette confrontation résulte (...) la spécificité d'un rapport au territoire et par conséquent la nature de l'ancrage"* (Zimmermann, 1995, p. 50). Tout se passe comme si c'était l'insertion dans le groupe et le secteur qui dictait à l'entreprise sa stratégie territoriale, ceci dans une relation à sens unique. Ainsi, malgré des avancées certaines, l'idée d'un territoire pensé comme un stock de ressources semble toujours prégnante. Si cette notion n'est plus conçue comme un espace neutre et homogène, elle n'en reste pas moins un support de la stratégie des entreprises, un potentiel d'opportunités à saisir. Cet "utilitarisme territorial" s'inscrit le paradigme de la concurrence des territoires, pour lequel le but ultime des territoires est de répondre aux besoins des entreprises en mettant en place un environnement optimal (infrastructures, politiques d'aides...).

Dans une réflexion antérieure, nous avons employé le terme de "possibilisme" pour qualifier cette posture : *"Une hypothèse souvent inhérente à ces travaux est de le considérer*

(NDLR : l'ancrage territorial) *comme un choix stratégique pour l'entreprise, qui décide – ou non – de mobiliser les ressources au sens large du territoire concerné. Cette option méthodologique peut s'apparenter à un certain possibilisme où le territoire propose et l'entreprise dispose*<sup>97</sup> (Frayssignes, 2001, p. 90). Ce possibilisme ce retrouve également dans les travaux menés par A. Fischer et J. Malezieux, qui appréhendent le territoire certes comme un construit, mais correspondant à un facteur stratégique pour l'entreprise, plus ou moins attractif. Ces auteurs vont même plus loin, en estimant que le maillage administratif français n'est plus apte à répondre aux besoins des entreprises et qu'il serait bon de réfléchir à des zonages davantage pertinents (Fischer, 1994 ; Fischer, Malezieux, 1999).

En dépit de ces limites, les travaux relatifs au lien firme / territoire menés notamment par J. B. Zimmermann proposent un cadre théorique fécond pour rendre compte du processus d'ancrage en tant que construction de formes productives territorialisées. En revanche, ils se révèlent discutables dans l'analyse de la relation réciproque, qui concerne la manière dont les caractères d'un territoire affectent la logique économique. L'ancrage territorial ne résulte pas uniquement d'un choix d'optimisation, il se réalise également au gré des opportunités et des contraintes locales. Pour l'entreprise, le territoire n'est pas seulement un ensemble de ressources, de potentialités, il implique aussi une série de pesanteurs, qui s'inscrivent dans l'ensemble des dimensions de la sphère sociale. Formalisée pour l'instant autour de l'idée d'imprégnation, cette seconde face de l'ancrage est tout aussi fondamentale. Déjà évoquée par les géographes, cette idée nécessite un approfondissement dans une perspective d'ancrage, et justifie un nouveau détour disciplinaire, cette fois-ci vers la Sociologie Economique.

### **3. De l'ancrage territorial à l'encastrement : les apports de la Sociologie Economique**

L'intérêt de la Sociologie Economique pour l'analyse de l'imbrication entre les réseaux sociaux de relations et le marché tend à rapprocher cette discipline des préoccupations des économistes et des géographes travaillant sur le lien entre activité économique et territoire. Pour rendre compte de cette imbrication, le sociologue américain M. Granovetter reprend en 1985 un concept proposé au départ par K. Polanyi<sup>98</sup> : celui d'encastrement (en anglais : "embeddedness"). Le principe qui fonde l'idée d'encastrement est le suivant : les logiques économiques de rationalité (minimisation des coûts, maximisation des profits) sont inscrites dans des règles sociales, culturelles et politiques qui exercent sur elles une contrainte. M. Granovetter met donc dos à dos ce qu'il appelle les visions sur et sous-socialisées de l'action humaine, où les individus seraient entièrement déterminés par des normes de comportement préétablies (vision sur-socialisée, structuraliste), ou bien inscrits dans un contexte de concurrence parfaite, avec une recherche permanente de l'intérêt personnel (vision sous-socialisée, individualiste) : *"Les acteurs n'agissent ni ne décident comme des atomes en dehors de tout contexte social, pas plus qu'ils n'adhèrent servilement à des destins écrits pour eux par l'intersection des catégories sociales auxquelles ils appartiennent"* (Granovetter, 1985, p. 487). L'auteur prend également ses distances avec la théorie williamsonienne des coûts de transaction, pour qui une organisation donnée (firme, institution) est toujours une

---

<sup>97</sup> En Géographie, Le possibilisme est une attitude scientifique qui consistait à supposer que la nature offre un certain éventail de "possibilités" entre lesquelles l'Homme pouvait choisir. La marge de manœuvre d'une société donnée était donc en grande partie dépendante de son avancement technique et ses capacités d'organisation. Des auteurs tels que Paul Vidal de la Blache, sans toutefois jamais revendiquer cette appellation, ont été qualifiés de possibilistes.

<sup>98</sup> Voir à ce sujet K. Polanyi (1983).

réponse spontanée efficiente à un problème productif donné. L'encastrement met au contraire en évidence le fait que les organisations sont construites socialement à partir de réseaux de relations existants, et de ce fait extrêmement contingentes à une situation donnée. Dans cette perspective, il n'existe pas de "one best way", mais une infinité de formes organisationnelles (Granovetter, 2000)<sup>99</sup>.

L'idée d'encastrement s'inscrit également dans une perspective historique. A l'origine, K. Polanyi estimait que l'économie pré-capitaliste se caractérisait par une dépendance plus forte vis-à-vis des structures sociales, et que l'avènement des sociétés capitalistes modernes correspondait à un certain découplage entre logique économique et société : *"Pour Polanyi en effet, la création de la société de marché a pour effet d'isoler l'échange marchand des relations sociales antérieures, c'est donc plutôt une sorte de processus de désencastrement, ou un processus de découplage"* (Grossetti, Bès, 2001, p. 330). M. Granovetter s'oppose à ce dernier sur ce point. Loin d'être de simples épiphénomènes du marché, les processus sociaux sont au contraire à l'origine de l'émergence des logiques économiques. Ainsi, c'est pour compléter notre modèle théorique de l'ancrage que nous nous appuyons sur cette idée d'encastrement, en faisant l'hypothèse que les dynamiques territoriales peuvent être partiellement assimilées aux structures sociales dont parle l'auteur. La remise en cause des visions sur et sous-socialisée de l'action humaine est une démarche finalement très proche de la "Géographie de l'entre-deux", défendue notamment par H. Gumuchian.

Appliqué à la filière Roquefort, ce modèle avait permis de mettre en évidence le caractère territorialement construit des règles formelles et informelles en vigueur au sein de l'interprofession. La notion "d'encastrement territorial" avait été proposée pour rendre compte de ce processus : *"L'encastrement renvoie ici à l'imprégnation territoriale des acteurs, c'est-à-dire à la manière dont la territorialité d'un individu va influencer sur son comportement, et notamment sur ses actions économiques"* (Couzinet, Frayssignes, Nguyen, Olivier, 2001, p. 10). Ces règles de fonctionnement concernent d'une part la gestion de la collecte entre les transformateurs, et d'autre part la rémunération des producteurs, qui se réalise via un système complexe de prix négociés en fonction de la destination du lait. Elles résultent toutes de longues et parfois difficiles négociations entre producteurs et transformateurs, menées dans le cadre d'une interprofession régionale relativement autonome vis-à-vis des réglementations nationales ou européennes. Les rapports de force entre acteurs sont donc "encastres" dans des réseaux sociaux d'interconnaissance, qui renvoient eux-mêmes à un contexte agricole et rural particulier. En effet, l'activité liée à Roquefort est prépondérante dans la vie économique régionale. L'existence d'une destinée commune tend à contraindre partiellement les intérêts individuels. La concertation est donc un point de passage obligé, et même si les élus locaux ne sont pas directement impliqués dans l'interprofession, ils demeurent très attentifs à la vie de la filière, notamment aux négociations relatives à la fixation du prix du lait. Le lien intime qui unit monde agricole et monde rural sur ce territoire relève selon nous directement de l'approche en termes d'encastrement. Celle-ci nous fournit donc un cadre théorique pertinent pour rendre compte de l'imprégnation des acteurs.

La construction du concept d'ancrage mobilise ainsi des éléments issus de courants disciplinaires extérieurs à la Géographie, mais s'inscrit malgré tout dans une perspective géographique. C'est cette formalisation qu'il nous faut examiner maintenant.

---

<sup>99</sup> Outre ces deux références, on renvoie également le lecteur au chapitre consacré aux institutions économiques écrit par cet auteur dans A. Orléan (dir.), (1994).

### **III.L'ancrage territorial des activités économiques comme concept géographique : proposition de modélisation**

L'analyse en termes d'ancrage postule en premier lieu la récursivité des relations entre activité économique et dynamiques territoriales. Le modèle d'analyse que nous proposons intègre donc cette perspective temporelle. L'ancrage territorial renvoie à une grille de lecture devant rendre compte d'une part de la projection sur un espace des logiques productives et de leur participation à la construction territoriale, et d'autre part de l'imprégnation de ces mêmes logiques par les caractéristiques du territoire (économiques, politiques, identitaires...) qu'elles ont contribué à construire. Une vision globale du processus ne peut donc se contenter du seul point de vue de l'acteur quel qu'il soit, mais nécessite également une entrée territoriale.

#### **1. L'ancrage du point de vue des acteurs**

En fonction des situations, l'acteur auquel nous faisons référence peut être un individu, un groupe d'individus, une entreprise, etc. Dans une certaine mesure, et avec toutes les précautions qui s'imposent, il est même possible d'assimiler une filière AOC à un acteur, lorsque l'on considère les prises de décisions du syndicat concerné par rapport à un environnement extérieur. L'ancrage territorial renvoie alors à la stratégie de ces acteurs vis-à-vis de ce territoire, et donc le plus souvent à un processus intentionnel de mobilisation et/ou construction de ressources territoriales. Ces ressources peuvent être aussi bien matérielles (le lait comme matière première par exemple) qu'immatérielles (compétences techniques, capacité d'organisation des acteurs, notoriété du territoire...).

La mobilisation de ces ressources renvoie à un engagement de l'acteur sur le territoire, qui devient alors une référence stratégique. Cette mobilisation peut également concerner des individus, et revêtir alors une dimension relationnelle. L'ancrage équivaut dès lors à une insertion dans des réseaux locaux de relations (partenariats, synergies...). Pour l'acteur considéré, cette insertion conserve malgré tout une forte dimension stratégique. Qu'il s'agisse de ressources ou de relations, l'ancrage perçu comme engagement intentionnel d'un acteur est un facteur de construction territoriale. Les bassins de production (territoires des filières agroalimentaires pour les géographes) ou les tissus (territoires des firmes pour les économistes) sont autant de manifestations concrètes de ce processus.

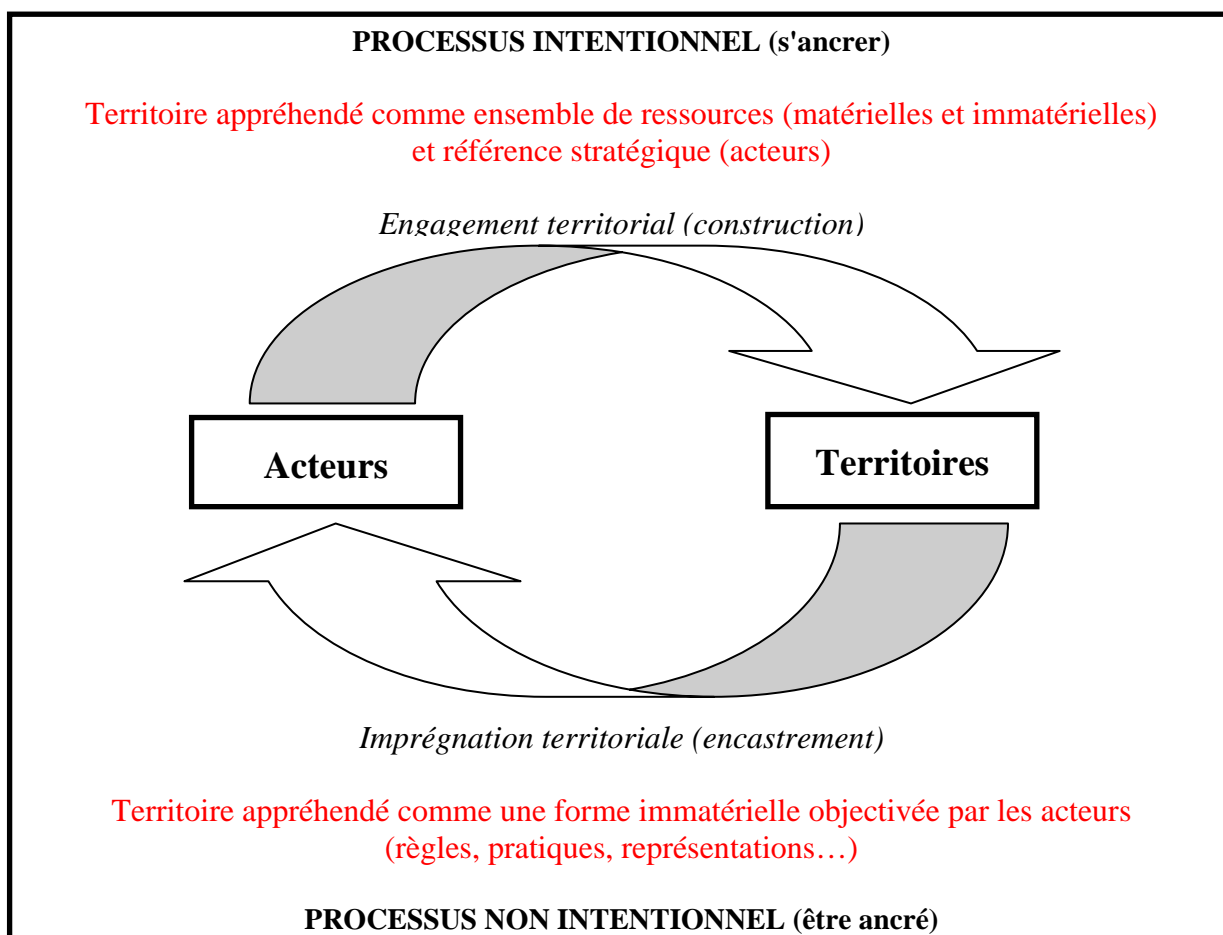
#### **2. L'ancrage du "point de vue" des territoires**

Le territoire n'est plus mobilisé ici comme ressource, mais comme une "matrice" (en référence aux travaux d'O. Crevoisier) qui déforme la rationalité des logiques économiques et qui gouverne en partie les pratiques et les représentations des acteurs. Les dynamiques concourant à la production territoriale génèrent un ensemble de règles, de pesanteurs, de normes, qui contraignent la stratégie. L'ancrage ne renvoie plus ici à un acte intentionnel, mais au contraire à un acte subi. Ce processus concerne les acteurs endogènes évoqués par G. Di Méo, mais également les acteurs extérieurs au territoire, comme les groupes industriels. La projection d'une culture d'entreprise sur un territoire peut donner lieu à d'importants bouleversements à l'échelle locale. A travers le rachat d'entreprises locales, les nombreux exemples d'implantation de grands groupes laitiers dans des aires AOC illustrent ce phénomène. Nos enquêtes de terrain montrent toutefois que la prégnance territoriale s'exerce



également sur ces grands groupes. Dans l'exemple de Roquefort, cette prégnance semble avant tout de nature identitaire, mais d'autres dimensions peuvent intervenir. Nous verrons plus loin comment les rapports de force à l'œuvre au sein de certains syndicats peuvent être en partie infléchis par la sphère politique (présence des élus locaux, limites administratives), ou même dépendre des caractères naturels du territoire (clivage entre montagne et vallée). Ainsi, le schéma que nous proposons reprend ces deux dimensions. L'ancrage territorial s'apparente à un "dialogue" entre acteur économique et territoire, inscrit dans le temps, où les processus se répondent mutuellement dans une relation systémique de récursivité. L'intentionnalité correspond à l'action de s'ancrer, tandis que la non intentionnalité correspond à un état (être ancré). Par une telle présentation, nous sommes conscients de nous inscrire nous aussi dans une certaine personnification du territoire, qu'il faut appréhender à travers ses logiques multiples. Cette personnification se révèle ici nécessaire d'un point de vue heuristique.

**Schéma 2 : le processus d'ancrage territorial – proposition de modèle**



Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

C'est à l'aide de ce modèle que nous nous proposons d'analyser l'insertion territoriale des filières AOC et leur inscription dans les dynamiques de développement. C'est donc désormais vers cette question qu'il nous faut tourner notre attention, avec comme préoccupation première le souci d'opérationnalité : quels outils mobiliser pour rendre compte du processus de développement territorial ? A quelles(s) échelle(s) ? Comment peut-on évaluer la place des AOC dans ce processus ? Telles sont les principales questions qui vont sous-tendre notre réflexion dans la section suivante.

## **IV. Le développement territorial : une analyse en termes d'ancrage à partir des AOC fromagères**

De la même façon que les profondes mutations des systèmes productifs ont nécessité un renouvellement de l'analyse de l'ancrage des firmes dans les territoires, elles ont également reposé la question des processus de développement. Nous avons vu comment l'introduction de la variable territoriale redonnait toute sa place à l'idée de l'existence de multiples trajectoires de développement, comme en témoignent notamment les travaux relatifs aux SPL. La mondialisation, loin de provoquer la "fin de l'espace", selon l'expression du géographe R. O'Brien (O'Brien, 1992), révélerait au contraire la diversité des configurations territoriales. Face à ces bouleversements, les travaux économiques et géographiques relevant du paradigme centre / périphérie (polarisation) n'apparaissent pas pertinents et nous amènent à privilégier les dynamiques de développement inhérentes aux échelles locales et régionales. La principale difficulté réside ici dans le passage d'une logique "verticale" (l'ancrage territorial du point de vue de l'acteur économique) à une logique plus "horizontale" (le processus de développement du "point de vue" du territoire). L'article de J. Perrat illustre cette difficulté. En effet, si les processus économiques à l'œuvre (mondialisation) bouleversent le comportement spatial des entreprises, elle ouvrirait également la voie à *"de nouveaux chemins d'autonomie pour les territoires"* (Perrat, 1992, p. 808). La réussite d'un processus de développement résiderait donc dans la capacité des acteurs à devenir des "points de passage obligés" pour les entreprises, qui seraient "forcées" de territorialiser davantage leur stratégie vis-à-vis des ressources disponibles (matière première, formation, compétences...).

La remise en question de l'analyse des processus de développement n'est pas uniquement imputable aux dynamiques évoquées par les économistes. L'évolution du contexte institutionnel est un deuxième facteur déterminant. Les lois successives de décentralisation et l'émergence de la logique de contractualisation occasionnent l'apparition de nouveaux territoires d'intervention, qui transcendent fréquemment les divisions administratives classiques, même si nous verrons que celles-ci exercent encore une prégnance forte. Le développement résulte donc de la confrontation entre logiques économiques et logiques institutionnelles. A noter que ce sont ces dernières qui généralement semblent intéresser davantage les géographes. Il s'agit donc de mieux caractériser les dynamiques à l'œuvre dans le processus de développement territorial, en s'appuyant notamment sur sa parenté avec la notion de développement local<sup>100</sup>. Cette caractérisation s'appuiera sur ce qui nous semblent être les deux fondements du développement territorial : la ressource et la coordination. Dans un souci d'opérationnalité, il s'agira en parallèle de proposer des outils permettant d'apprécier la place jouée par la filière AOC dans ces dynamiques. Enfin, dans une conclusion partielle, il conviendra de revenir sur l'articulation entre développement et ancrage, en montrant les apports de notre recherche à ces questions cruciales.

### **1. Les fondements du développement territorial**

Tel que nous l'envisageons, le développement territorial s'inscrit directement dans le paradigme du développement local, qui a émergé à partir des années 1970. A travers la mise en place d'une aire délimitée, l'inscription locale ou régionale d'une AOC rend naturelle cette filiation. D'abord défini par les économistes, le développement local introduit la variable

---

<sup>100</sup> Notre analyse en termes d'ancrage nous amènera à préférer l'expression de développement territorial, selon nous davantage en adéquation avec notre problématique que le terme de "développement local".

spatiale et remet en cause les principes du développement, d'abord fondés sur la croissance économique. Appréhendé en termes d'ancrage, le développement local devient territorial. Les deux expressions sont jugées comme quasi synonymes par B. Pecqueur : *"Le développement local (que l'on pourrait qualifier de territorial) ouvre ses perspectives d'actions pour toutes sortes d'espaces : urbains, ruraux..."* (Pecqueur, 2000, p. 15). Nous pensons toutefois que l'introduction de la dimension territoriale permet de préciser la nature des processus à l'œuvre.

### 1.1. La référence au développement local

L'émergence de la question du développement local résulte d'une double évolution :

- d'une part, les bouleversements économiques génèrent une nouvelle distribution spatiale des activités, et donc de nouvelles inégalités régionales. Les mutations sont aussi organisationnelles, avec une évolution des modes de gestion des entreprises (recherche de flexibilité),
- d'autre part, les aspirations sociales émergent comme une réponse à ces phénomènes globaux. Symbolisée par le "vivre et travailler au pays", cette mouvance hétéroclite apparaît comme le refus d'un modèle unique et la volonté d'agir dans le devenir des territoires. Ces revendications ont joué un rôle déterminant dans l'évolution de l'intervention publique à partir des années 1980, octroyant plus de pouvoirs aux collectivités locales.

L'observation de processus de développement localisés dans des régions hors de toute influence métropolitaine amène les chercheurs à introduire un nouveau facteur dans l'analyse : les dynamiques propres à un territoire. Ces phénomènes ne peuvent être analysés avec les outils théoriques de l'époque. Cette idée apparaît également chez X. Greffe, pour qui le développement ne renvoie pas seulement à un contexte macro-économique favorable, mais émerge aussi à partir des stratégies et des solidarités locales (Greffe, 2002). L'introduction de la dimension locale s'apparente à une véritable territorialisation du développement : *"La crise du taylorisme a révélé d'autres phénomènes de structuration et d'articulation du développement économique ; elle a fait prendre en considération des variables différentes et susceptibles d'apporter des réponses à des situations de "mal-développement" (...). L'essor des activités économiques est de plus en plus lié aux spécificités du territoire, de la culture, de l'histoire locale. Ces nouveaux liens caractérisent un élargissement des paramètres du développement"* (Barthe, 1998, pp. 100-101).

Quelques définitions de base permettent d'identifier les grands principes du développement local. J.-Y. Gouttebel fait ainsi référence à J.-L. Guigou, qui en 1983 définit le développement local comme *"l'expression de la solidarité locale créatrice de nouvelles relations sociales et manifeste la volonté des habitants d'une micro-région de valoriser les richesses locales, ce qui est créateur de développement économique"*. L'auteur cite également X. Greffe, pour qui le développement local est un *"processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies"* (Gouttebel, 2001, pp. 95-96). L. Barthe parle quant à elle d'un processus de transformation économique, sociale, politique et territoriale qui conduit une société à repenser son modèle de gestion et son cadre de vie (Barthe, 1998). Le développement local ne renvoie donc pas à un modèle unique, mais à une infinité de trajectoires, liée à l'extrême diversité des contextes territoriaux. Sans minimiser la prégnance encore forte de l'environnement macro-économique, le paradigme du

développement local semble donc se fonder sur un processus d'autonomisation. Il n'est plus seulement question de s'adapter à de nouvelles contraintes, mais également de réfléchir à la mise en place de règles propres. Les facteurs de développement sont donc profondément enracinés dans une réalité sociale, et de ce fait difficilement reproductibles ailleurs.

Le développement local mobilise en outre l'ensemble des composantes d'un territoire : population locale, acteurs économiques et institutionnels. De ce fait, il implique un élargissement de l'analyse au-delà de la seule sphère productive, pour intégrer ce que B. Pecqueur appelle les relations non marchandes entre les hommes, fondées sur des réseaux professionnels et informels (Pecqueur, 2000). Enfin, le caractère territorialement inscrit du développement local nécessite la prise en compte de ressources elles aussi spécifiques. Les ressources génériques telles que la terre, la main-d'œuvre ou le capital perdent de l'importance au profit de ressources territorialement construites, comme les compétences ou l'organisation.

## **1.2. A la recherche de modèles économiques du développement local**

L'analyse des nouvelles formes territorialisées de développement a donné naissance à de nombreuses tentatives de formalisation théorique, essentiellement de la part des économistes. Si la période fordiste avait marginalisé le modèle des petites et moyennes entreprises au profit de la grande firme, le retournement spatial qui s'est opéré a remis au goût du jour la pertinence économique des unités de petite taille, qui sont au cœur des théories dites "post-fordistes"<sup>101</sup>. Les premiers à s'être intéressés à ces organisations économiques sont les Italiens A. Bagnasco et G. Beccatini, qui réactualisent le concept de district industriel proposé par A. Marshall au début du siècle pour qualifier le développement de la "Troisième Italie" (Toscane, Vénétie). Constituée de plus de 6 000 entreprises spécialisées dans le textile, cette région fonctionnait selon un mélange de concurrence et de coopération. Tel que l'envisageait A. Marshall, le district industriel constitue une alternative à la grande entreprise. Défini comme une entité territoriale rassemblant une large gamme de PME spécialisées, le district se caractérise par une "atmosphère industrielle", un ensemble de valeurs partagées par une communauté et liées à une accumulation de compétences (Gouttebel, 2001). Les Italiens insistent quant à eux sur les interrelations entre individus, qui permettent l'émergence d'une véritable communauté : *"L'esprit entrepreneurial est soutenu et encadré par une communauté qui est animée par un système de valeurs et de pensée relativement homogène, expression d'une certaine éthique du travail, de l'activité, de la famille, de la réciprocité, du changement concernant les principaux aspects de la vie"* (cité par Barthe, 1998, p. 102).

Ces travaux seront poursuivis en France, notamment par C. Courlet et B. Pecqueur, qui proposent la notion de système industriel localisé (on dira aussi système productif localisé ou SPL)<sup>102</sup>. Défini comme un système de petites entreprises spécialisées en différentes fonctions de production, le système industriel localisé est une manifestation particulière du processus de développement. Les SPL se caractérisent par une propension à modifier leur organisation afin de répondre aux contraintes de leur environnement (demande, concurrence). Ainsi, outre les "ingrédients" déjà connus (interconnaissance, habitudes de travail, valeurs communes, coopération, réciprocité, relations informelles), l'analyse en termes de SPL met

---

<sup>101</sup> Pour une présentation synthétique des concepts qui suivent, voir C. Courlet, (1999) ; C. Courlet, B. Pecqueur, B. Soulage, (1993).

<sup>102</sup> Voir notamment B. Pecqueur, C. Courlet, *"Des systèmes industriels localisés en France : un nouveau modèle de développement"*, in G. Benko, A. Lipietz, (1992), *Les régions qui gagnent – les nouveaux paradigmes de la géographie industrielle*.

l'accent sur la variété des trajectoires de développement, et donc sur la dimension historique. C. Courlet et M. Dimou proposent une typologie de trajectoires productives à partir de l'étude de trois systèmes traditionnels confrontés à la crise : l'implosion pure et simple du système (fermetures massives, cas de Mazamet), l'explosion (stratégies divergentes des entreprises, cas de Roanne) et le rebondissement (diversification, soutien public local, cas de Castres). Considéré dans le temps, le développement d'un système productif renvoie à sa capacité à adapter son organisation aux fluctuations de l'extérieur (Courlet, Dimou, 1995). Dans une perspective davantage technologique, la notion de milieu innovateur est développée par le Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs, dans lequel figure notamment P. Aydalot. Le milieu innovateur s'oppose à une vision fonctionnelle de l'innovation, qui serait la même partout. L'idée de base réside au contraire dans le caractère territorialisé du progrès technique : *"L'innovation est alors la création d'un milieu, elle est le fruit de l'inventivité du milieu et répond au besoin de développement local"* (Courlet, 1999, p. 536).

Loin de contribuer à une homogénéisation spatiale, les phénomènes globaux ont au contraire redéfini les principes du développement, de la même manière qu'ils avaient redéfini les liens firmes / territoires. Cette territorialisation du développement est selon nous une manifestation concrète de la redécouverte du concept de territoire, à laquelle nous avons fait référence plus haut. Malgré un statut théorique flou et largement discuté, le SPL renvoie toutefois à l'idée de modèle, dans la mesure où il a été formalisé par la DATAR, qui en a fait un outil d'aménagement du territoire à part entière. Il est désormais possible pour un ensemble d'entreprises et d'institutions agissant dans un même secteur d'activité de poser une candidature afin d'obtenir le label "SPL" et de bénéficier d'aides supplémentaires pour mener des actions spécifiques<sup>103</sup>. A noter que les filières AOC Comté et Beaufort bénéficient aujourd'hui du statut de SPL.

### 1.3. Du développement local au développement territorial

Au sein de ces débats, R. Brunet note que la Géographie semble quelque peu absente, hormis peut-être à travers le clivage entre tropicalistes et tiers-mondialistes (Brunet, 1993). M. Bussi note également cette lacune : *"Il est d'ailleurs notable que les géographes participent peu à ce débat. Il place pourtant au premier plan le concept de développement endogène, qui fut longtemps en partie l'apanage de la France de l'Ouest (Bretagne, Vendée, etc....)"* (Bussi, 2001, p. 97). Ce dernier définit le développement local à travers deux principes forts : la synergie entre acteurs et le passage d'une logique sectorielle à une gestion territorialisée transversale, une nécessité soulignée également par G. Di Méo, qui insiste sur l'importance des *"actions de formation et d'information, qui doivent inlassablement porter sur un effort d'ouverture à l'adresse de maints acteurs économiques et sociaux encore étroitement prisonniers des grandes échelles (petits espaces), ou encore conditionnés à réagir de manière étroitement sectorielle"* (Di Méo, 1996, p. 161).

Ces deux logiques président aujourd'hui grandement aux politiques d'aménagement du territoire. J.-Y. Gouttebel estime malgré tout que ces expressions ne sont pas équivalentes : *"Si nous utilisons l'expression "développement territorial" c'est parce qu'elle est moins restrictive que celle d'aménagement du territoire qui a une forte connotation étatique"*

---

<sup>103</sup> Sur le site Internet de la DATAR on peut lire : *"Si les SPL correspondent en France à une réalité ancienne, ils traduisent en même temps une nouvelle donne du développement régional (...). Ils ont donné naissance à une politique publique portée par la DATAR en partenariat avec les ministères ayant des responsabilités en matière de développement économique"*. Voir site Internet [www.datar.gouv.fr](http://www.datar.gouv.fr).

(Gouttebel, 2001, p. 3). L. Barthe fait également référence à la pertinence du développement territorial comme moyen de pallier les insuffisances théoriques du développement local. Selon elle, le concept de territoire est davantage approprié pour rendre compte des processus relationnels qui fondent sa construction : *"La notion de local nous paraît donc inadaptée pour traduire la complexité des pratiques spatiales de la société (...). En fait, il nous semble plus opportun d'employer la notion de "développement territorial" qui englobe les processus de construction sociale du territoire dans une dimension multiscalaire"* (Barthe, 1998, p. 120). La notion de local apparaît en outre trop imprégnée des maillages administratifs, et de ce fait pas forcément en adéquation avec les logiques de développement. En cela, le territoire permet d'élargir l'analyse à d'autres formes de construction, et de mieux répondre aux préoccupations des géographes, pour qui l'identification des territoires pertinents est fondamentale.

Ainsi, si le développement territorial est proche du développement local, il est néanmoins différent de celui-ci. Nous pensons que le qualificatif "territorial" rend mieux compte du caractère ancré du processus de développement. Evoquer l'idée d'un développement ancré revient d'une part à postuler que les dynamiques économiques et sociales à l'œuvre participent au processus de construction territoriale, et d'autre part que ces dynamiques sont imprégnées en permanence des caractéristiques de ce même territoire. Cette idée d'imprégnation est illustrée par J.-P. Houssel, qui introduit la notion de milieu rural progressif. L'auteur estime que le développement agricole et rural d'un territoire repose en grande partie sur la capacité collective de ses individus. L'apparente réussite des Monts du Lyonnais s'explique par l'héritage de la JAC, dont l'action dans la modernisation des campagnes et l'encadrement de la société a été décisive. Le clivage qui existe entre une France "blanche" et une France républicaine est mis en évidence, ce clivage constitue une clé de compréhension indispensable des logiques de développement local (Houssel, 2000)<sup>104</sup>.

A travers les travaux sur les SPL, les économistes ont placé la dimension productive au cœur de leurs préoccupations. Cette orientation s'explique essentiellement par leur volonté d'analyser en priorité les mutations, notamment spatiales, du monde industriel. Les géographes semblent quant à eux davantage intéressés par les dynamiques institutionnelles, et de ce fait davantage tournés vers les analyses de type sociologique et politique. C'est selon nous le cas de L. Barthe, lorsqu'elle définit le développement territorial comme l'acquisition par les acteurs de nouvelles capacités d'action et de nouveaux modèles relationnels (Barthe, 1998). Pour désigner un même objet, économistes et géographes semblent faire référence à des processus et surtout à des types d'acteurs partiellement différents.

Pensé en termes d'ancrage, le développement territorial tel que nous le définissons entend occuper une position d'interface, apte selon nous à contourner les limites méthodologiques des approches "productives" et "institutionnelles", souvent cantonnées à un seul type de dynamiques. En effet, les nombreux emprunts que nous faisons aux économistes se justifient par la nature même de notre objet d'étude, mais ils ne doivent pas masquer le caractère "plurisectoriel" du développement, qui nécessite une approche transversale des activités économiques, et une meilleure prise en compte des acteurs publics, souvent traités à la marge. A l'inverse, la propension des géographes à privilégier l'entrée par les politiques publiques peut conduire à minimiser le rôle des acteurs privés dans le développement. Le fait de centrer l'analyse sur un acteur économique particulier (la filière AOC) nous amène à adopter une posture différente vis-à-vis de ces approches. Sur la base de tout ce qui vient d'être dit, le développement territorial tel que nous l'envisageons fait référence à un processus

---

<sup>104</sup> Nous verrons dans la deuxième partie comment ce clivage explique les différences qui existent entre le département de la Manche et celui du Calvados (Pays d'Auge), notamment en termes de dynamique collective.

de mobilisation et de coordination de l'ensemble ou d'une partie des acteurs d'un territoire (privés et publics) autour de la construction de ressources matérielles et immatérielles. Deux notions clés émergent : la coordination et la ressource. C'est sur cette base qu'il convient d'explicitier les dynamiques à l'œuvre dans le processus de développement territorial.

## **2. Construction de ressources et processus de développement**

Les travaux géographiques et économiques portant sur le développement territorial mobilisent fréquemment la notion de ressource, mais sans toujours préciser à quoi elle renvoie. C'est donc la nature même de ces ressources qui pose question en premier lieu, avant d'évoquer leur rôle dans le processus de développement territorial.

### **2.1. La notion de ressource en Economie et Géographie**

Pour le géographe R. Brunet, la ressource est étymologiquement ce qui "resurgit", elle désigne en premier lieu les moyens dont dispose un individu ou un groupe pour mener à bien une action, pour créer de la richesse. Dans ses définitions, l'auteur fait essentiellement référence au caractère matériel – et par-là même naturel – de la ressource. Ainsi, une ressource est toujours relative, elle n'existe en tant que telle que si elle est connue, révélée et exploitable. Une ressource résulte donc d'une interaction entre des processus naturels et des processus sociaux, qui lui attribuent le statut de ressource ayant un sens, une valeur d'usage (Brunet, 1993). C. Raffestin consacre un chapitre à la notion de ressource, distincte de la matière. Pour lui, la matière désigne tout ce qui est présent à la surface de la Terre et qui préexiste à l'action humaine. Cette matière "offerte" à la pratique possède des propriétés dont la mise en évidence dépend le plus souvent de l'avancée technique d'une société. La matière "charbon" est ainsi devenue ressource au moment où l'on a pris conscience de ses propriétés de combustible. Dans cette perspective, la ressource est plus que la matière, elle est le produit d'une relation à une époque donnée. La ressource serait à la matière ce que le territoire serait à l'espace (Raffestin, 1980). Là encore, les ressources évoquées par l'auteur sont toutes liées à l'écosystème, C. Raffestin distingue d'ailleurs des ressources renouvelables et non renouvelables. Le caractère socialement construit de la ressource est également souligné par F. Blot et J. Milian, même si leur fondement reste naturel. Ce sont notamment les discours véhiculés par les politiques publiques environnementales qui génèrent l'émergence de nouvelles ressources, perçues au départ comme de la simple matière (Blot, Milian, 2004).

Ainsi, pour ces géographes, l'essence même de la ressource semble donc toujours relever de la sphère naturelle, sphère passée ensuite au crible d'un processus de socialisation. Les économistes travaillant sur la territorialisation des dynamiques économiques mobilisent également la notion de ressource, mais dans une perspective différente. Ceux-ci ont tendance à évacuer la dimension naturelle pour ne s'intéresser qu'au caractère immatériel de la ressource<sup>105</sup>. La plupart des auteurs s'accordent pour distinguer les ressources "génériques" des ressources "spécifiques", distinction héritée de l'analyse williamsonienne. A. Rallet estime qu'une ressource générique est indépendante du processus (et donc du lieu) de production, tandis qu'une ressource spécifique relève d'une construction où le processus et le contexte jouent un rôle déterminant (Abdelmaki, Courlet, 1996). L'analyse des systèmes productifs

---

<sup>105</sup> Dans *Les Mots de la Géographie*, R. Brunet évoque le terme d'immatériel à propos des ressources, mais n'en fait pas état dans sa définition.

locaux fait apparaître de nombreuses ressources spécifiques, qui contribuent au fonctionnement du système. Les ressources générées au sein d'un SPL renvoient à la confrontation des stratégies d'acteurs (concurrence et coopération), et résultent de ce fait d'une histoire longue. Les ressources correspondent ici à la culture locale, aux règles tacites qui gouvernent un système productif, autrement dit à son atmosphère industrielle. Elle dépend donc de l'organisation productive qui la crée. Outre le clivage entre ressource générique et ressource spécifique, il est important de noter la distinction qui existe entre ressource et actif. Pour G. Colletis et B. Pecqueur, les ressources sont des facteurs à exploiter, ils deviennent actifs lorsque les conditions technologiques le permettent. Le passage de l'un à l'autre résulte de la confrontation entre un objet et un système de production.

Relativement proche des réflexions de C. Raffestin, même si ce dernier ne pose pas directement la question de la valeur des ressources, cette distinction entre actif et ressource, croisée avec le clivage générique / spécifique, permet de préciser les choses. Les actifs et les ressources génériques possèdent une valeur transférable sur un marché, il peut s'agir de main-d'œuvre non qualifiée, de capital ou de matière première. Lorsqu'ils prennent un caractère spécifique, ces ressources et ces actifs perdent en général leur caractère marchand. Leur réaffectation à un autre usage est possible, mais moyennant un coût plus élevé, comme dans le cas d'une main-d'œuvre qualifiée (Colletis, Pecqueur, 2004). Nous rajouterons quant à nous qu'une ressource spécifique est plus difficilement reproductible sur un autre territoire. L'analyse en termes de ressources peut constituer une grille de lecture des relations entre firme et territoire. Dans leur réflexion sur les dynamiques agroalimentaires, A.-L. Saives et A. Lambert placent les ressources territoriales au cœur de la compétitivité des entreprises (travail, esprit d'entreprise, mémoire collective...). Une fois "contrôlées" par l'entreprise, ces ressources peuvent générer un avantage concurrentiel. La perspective du développement territorial n'est pas éloignée de leurs préoccupations, puisque celui-ci résulte en premier lieu de la performance des firmes (Saives, Lambert, 2000).

En résumé, la palette de ressources développées par les économistes est extrêmement large, et renvoie très souvent à des éléments immatériels. La ressource permet une amélioration de la capacité productive, qui se manifeste soit par un développement accru, soit par de meilleures performances des acteurs. La coopération, les rapports avec les clients et les sous-traitants, les compétences, les savoir-faire, la capacité d'innovation et d'organisation, l'identité collective ou encore le sentiment d'appartenance sont autant de caractéristiques susceptibles de devenir des ressources – puis des actifs – spécifiques, inscrits dans une trajectoire de développement local. Dans cette perspective, même la capacité des acteurs à mobiliser et/ou à construire de la ressource peut devenir une ressource. R. Brunet estime d'ailleurs que "*en ce sens, tout est ressource, on peut tirer profit de tout*" (Brunet, 1993, p. 391). Même si la dimension naturelle n'est pas absente de nos préoccupations, nous avons cependant eu tendance à privilégier les ressources dans leur acception immatérielle<sup>106</sup>, en nous inspirant pour cela des économistes. Le caractère construit des ressources est en revanche une constante – quelle que soit l'entrée disciplinaire – sur laquelle nous nous appuyons. La perspective qui est la nôtre ici nous amène à distinguer et examiner deux grandes "familles" de ressources, renvoyant à deux approches partiellement distinctes du processus de développement territorial, approches qui doivent donc être examinées :

---

<sup>106</sup> Il convient d'ailleurs d'insister sur le fait que les ressources dites "naturelles" revêtent des caractères immatériels.



- des ressources liées de manière directe à l'activité productive des filières AOC, correspondant à des compétences (techniques, technologiques, scientifiques), des savoir-faire, des connaissances inhérentes à la production laitière et à la transformation fromagère. Leur caractère spécifique induit par la présence d'une AOC fait de ces ressources des vecteurs porteurs de développement qui méritent une analyse en termes de SPL, inspirée par le courant de la Proximité,
- des ressources issues d'une coordination territoriale plus large que la sphère productive, s'inscrivant dans le cadre de synergies entre acteurs privés et publics, ayant pour but une qualification du territoire. Les ressources mobilisées ici s'inscrivent dans le champ de la patrimonialisation des espaces ruraux et de leurs caractéristiques attrayantes (ou comme on le verra "aménités"). L'AOC en tant que "produit de terroir" est analysée à travers sa propension à valoriser le territoire et à construire ce que certains auteurs nomment des "paniers de biens".

## 2.2. Ressources, proximité et trajectoires de développement : la dimension productive du développement territorial

Nous avons vu que le courant de la proximité avait permis d'importantes avancées sur le thème des relations entre firmes et territoires. En fournissant un cadre théorique plus étoffé aux SPL, les recherches menées en termes de proximité ont également contribué à faire progresser l'analyse en termes de développement territorial. En mobilisant la notion de proximité, G. Colletis et J-P. Gilly proposent une typologie des trajectoires de développement territorial fondée sur les processus d'agglomération, de spécialisation et de spécification.

L'agglomération désigne ainsi une concentration spatiale d'activités économiques hétérogènes, sans réelle complémentarité. Elle renvoie notamment aux politiques d'attractivité des collectivités territoriales, désireuses d'attirer des entreprises par des incitations fiscales (zones industrielles, artisanales). Les dynamiques économiques à l'œuvre ici ne conduisent pas à la construction d'un territoire, pensé en termes de tissu : *"Les décisions des agents productifs sont principalement guidées par leurs propres intérêts et si un minimum de règles est nécessaire, ces derniers se contentent généralement d'y adhérer et ne sont pas actifs d'une construction institutionnelle"* (Colletis, Gilly, 1999, p. 29). La spécialisation correspond à une étape plus aboutie de la construction du tissu industriel autour d'une ou deux productions. Des phénomènes de coordination émergent entre les acteurs et permettent une première différenciation territoriale (ressources spécifiques). En revanche, cette interdépendance des activités peut se fragiliser en cas d'évolution défavorable de la conjoncture économique. Un tel processus peut être initié par les collectivités locales à travers un marketing territorial différencié, ou bien par un acteur dominant, qui influencerait les autres entreprises dans leur stratégie productive. Enfin, la spécification renvoie à une coordination encore plus forte et aussi plus transversale, régulée par la présence de structures institutionnelles. De plus, on peut assister à un redéploiement des ressources construites vers d'autres types d'activités (flexibilité du système productif) : *"Dans un contexte de spécialisation, une ressource spécifique est dédiée à un usage unique ; aucun redéploiement n'est par conséquent possible (...). Dans un contexte de spécification, au contraire, une ressource spécifique peut être redéployable dans un autre contexte productif"* (Colletis, Gilly, 1999, p. 31).

Ces trois processus sont fondés sur une combinaison des formes de proximité, la spécification cumulant proximité géographique (localisation spatiale), organisationnelle (cohérence des interactions entre acteurs) et institutionnelle (adhésion des acteurs à des règles

communes). Cette grille d'analyse permet une approche dynamique, puisqu'il est possible à un même territoire de passer d'une trajectoire à l'autre (construction ou de déconstruction territoriale). Dans notre recherche, la spécification de ressources apparaît comme fondamentale, ceci pour deux raisons principales :

- d'une part, le concept d'AOC étant fondé sur un principe de non-reproductibilité, le développement passe par la construction de ressources spécifiques,
- d'autre part, les territoires ruraux sur lesquels sont localisées les AOC ne sont pas tous concernés par une fragilité économique et démographique, mais ne peuvent en aucun cas rivaliser avec les espaces métropolitains. Les conditions de leur développement résident donc moins sur des ressources génériques (main-d'œuvre, salaires, infrastructures...) que sur leur capacité à se différencier, notamment à travers les produits de qualité. Le cadre juridique institué par l'AOC fait que cette non-reproductibilité est voulue, et non pas seulement constatée.

Les approches menées en termes de trajectoire de développement par les économistes du courant de la proximité concernent en premier lieu les activités industrielles et technologiques. Le processus de construction territoriale auquel ceux-ci font référence impliquent les firmes, les organismes de formation et de recherche scientifique, et les collectivités locales (Zimmermann (coord.), 1998). L'application de cette démarche dans le cadre d'une activité agricole et agroalimentaire pose désormais question, il s'agit du premier angle d'attaque dans l'appréhension du développement territorial induit par une AOC.

### **2.3. L'évaluation du développement territorial dans sa dimension productive : l'AOC en tant qu'activité**

A travers cette approche, le développement est implicitement inscrit dans une problématique d'emploi, dans un contexte où les phénomènes de concurrence et de mondialisation reposent la question des formes du travail. Nous rejoignons à cet égard les réflexions de N. Mathieu, qui estime que dans l'appréhension du développement des espaces ruraux, la logique résidentielle est trop souvent privilégiée au détriment de la logique productive : *"Il faut donc se demander pourquoi la question de "l'emploi" et des nouvelles ressources créatrices de travail n'est pas spontanément considérée comme une tendance lourde de l'espace rural ? Comment expliquer le fait que, lorsqu'il s'agit de traiter de la répartition future de la population et du peuplement rural, l'entrée frontale par les dynamiques de l'emploi et du travail est contestée, tandis qu'est privilégiée la fonction résidentielle de l'espace rural ?"* (Mathieu, 1995, pp. 12-13). Au vu de ce constat, la contribution d'une filière AOC au développement territorial se mesure donc à l'aide d'indicateurs quantitatifs permettant de rendre compte de son importance économique. L'appellation concerne en effet un certain nombre de producteurs et de transformateurs qu'il est relativement aisé de recenser, et de comparer d'une part à l'activité agricole présente dans l'aire d'appellation, et d'autre part à l'activité économique dans son ensemble.

L'évaluation des emplois indirects et induits se révèle quant à elle beaucoup plus complexe à réaliser. La présence d'une activité laitière et fromagère fortement rémunératrice comme Roquefort dans une région économiquement fragile contribue en effet au maintien d'un très grand nombre d'actifs dans des secteurs liés de manière plus ou moins directe à l'AOC (organismes techniques et de recherche, transporteurs, artisans, commerçants...). La filière participe donc de manière relativement active au maintien d'un bassin de vie. Le

problème devient encore plus délicat lorsque l'on sait qu'approximativement un litre de lait de brebis sur deux n'est pas destiné au Roquefort AOC, mais à des transformations alternatives. Cette situation se retrouve sous des formes différentes dans les autres régions étudiées : l'AOC n'est que très rarement le seul débouché des entreprises, même s'il s'agit souvent du produit moteur dans la commercialisation. Cette complexité explique toute la difficulté méthodologique à tenter d'isoler de manière stricte "l'effet AOC" en termes économiques sur un territoire. En outre, le caractère trop statique de cette approche nous amène à privilégier davantage les processus productifs et à appréhender le problème en termes de ressources. L'inscription d'une filière AOC dans le développement territorial renvoie donc ici à son fonctionnement en tant que système productif localisé. De nombreuses questions se posent dès lors au sujet du rôle joué par une appellation dans la présence d'activités spécifiques :

- a-t-on assisté à l'émergence d'un tissu productif spécifique (fournisseurs, clients, prestataires de service...), lui-même caractérisé par une "atmosphère industrielle" ?
- le système productif ainsi généré se caractérise-t-il par une relative autonomie de fonctionnement qui lui permet de s'adapter aux fluctuations de son environnement ?
- la construction de ressources spécifiques débouche-t-elle sur l'émergence d'un pôle de services et de compétences original, centré sur l'activité laitière et fromagère ?
- quelle est la place de l'AOC dans la construction de ces ressources (services, compétences, formation, recherche, logistique...) ?

Sur un territoire, la présence d'une activité laitière (élevage) et fromagère (transformation) implique nécessairement des besoins en termes de compétences techniques et technologiques. Ainsi, outre les unités économiques, les bassins de production sont également constitués d'une série de structures et d'organismes aux domaines d'intervention variés (formation, recherche, appui technique, conseil...) et aux rayons d'actions multiples (du très local au national, voire international). Ces services sont quoi qu'il en soit autant d'activités économiques induites pour le territoire, et contribuent de ce fait à son développement. De plus, les compétences accumulées au sein de ces structures renvoient elles-mêmes à des ressources (agricoles et agroalimentaires) porteuses de développement. La nature de ces ressources est variable : de "très générique" à "très spécifique". Leur rôle dans la concurrence des territoires peut donc s'avérer déterminant. Qu'ils soient situés en amont ou en aval de la filière, la coordination des acteurs peut contribuer à l'émergence de systèmes productifs plus ou moins aboutis. Les avantages comparatifs susceptibles d'être générés peuvent alors prendre la forme de ressources non reproductibles pouvant être exportées ailleurs<sup>107</sup>.

Dans l'émergence et l'évolution de ces systèmes, les filières AOC jouent un rôle variable. Certains services techniques peuvent par exemple être directement rattachés à un syndicat d'appellation, lorsque celui-ci a atteint une taille critique, ou bien à une des composantes de la filière AOC (grande entreprise). Dans d'autres cas, les compétences émanent de structures extérieures (chambres...). Le caractère potentiellement différencié des produits AOC vis-à-vis de la transformation laitière classique (pratiques agricoles, technologies de transformation...) est un facteur supplémentaire pouvant accentuer la trajectoire de spécification du système. Les règles inscrites dans les cahiers des charges conditionnent en grande partie les pratiques des acteurs, et donc les besoins techniques qui y sont liés. Des produits non reproductibles génèrent donc des compétences non reproductibles.

---

<sup>107</sup> Nous verrons ainsi comment le bassin roquefortais est mondialement connu – et reconnu – pour ses compétences en matière d'élevage ovin, et que cette spécialisation extrême peut se révéler être un facteur de fragilité. Nous verrons également comment – à un degré moindre – la Savoie et la Normandie ont accumulé de l'expérience dans la fabrication des pâtes molles ou des pâtes pressées.

Ainsi, il s'agit de mettre en évidence le degré d'accomplissement et de spécificité des systèmes productifs, et évaluer le rôle joué par les filières AOC dans cette évolution. Il nous semble en effet que la contribution d'une AOC au développement passe par un processus de construction de ressources spécifiques. Les résultats des travaux de terrain devront donc être mobilisés d'une part pour identifier et caractériser ces ressources, et d'autre part pour évaluer leur rôle dans la trajectoire territoriale de développement, en observant notamment leur éventuel redéploiement vers d'autres types d'activités, comme le tourisme. Cet angle d'attaque ne saurait, quoi qu'il en soit, suffire pour rendre compte des effets induits par une AOC sur un territoire. Les ressources mobilisées dans la spécification demeurent trop liées aux activités productives. Le caractère plurisectoriel du développement territorial nécessite de faire appel à d'autres types de ressources, construites sur la base de synergies entre activités sur un même territoire. Ces nouvelles ressources renvoient aux autres dimensions du territoire.

## **2.4. Ressources, patrimonialisation et développement territorial**

Le passage du SPL au territoire nécessite une prise en compte plus importante des dimensions politiques et identitaires qui, bien qu'elles ne soient pas absentes des travaux des économistes, ne sont appréhendées qu'à travers le prisme de l'activité productive. Dans ses travaux, G. Di Méo mobilise d'ailleurs le SPL et la Formation Socio-Spatiale pour rendre compte des dynamiques de développement de la région d'Oloron Sainte-Marie. L'auteur met bien en évidence cet élargissement : *"A vrai dire, tel que nous venons de le décrire, le modèle du système industriel localisé ne saurait fonder à lui seul une réalité territoriale plus ou moins assimilable au "pays" d'Oloron. Il forme, au mieux, l'élément principal de son instance économique, elle-même inscrite dans l'infrastructure d'une FSS avec laquelle se confond le "pays" (Di Méo, 1996, p. 139).* Le SIL n'est donc qu'une composante du territoire, et ne renvoie de ce fait qu'à un certain type de ressources. La prise en compte de dimensions telles que les représentations, les croyances et les cultures introduit dans l'analyse des ressources territoriales d'une nature nouvelle.

Les ressources définies comme spécifiques sont certes dépendantes de l'organisation productive qui les a générées, mais également de leur origine. Pour B. Pecqueur, l'eau de Lourdes apparaît comme une ressource extrêmement spécifique, dans la mesure où elle est liée à une origine et à une culture, et dédiée à un usage lui aussi particulier (Pecqueur, 1999). Il est important de souligner ici le caractère récuratif du processus de construction de ressource dans la perspective du développement : le degré de spécificité d'une ressource est inhérent aux caractéristiques du territoire qui l'a vu naître, et dans le même temps, cette ressource est susceptible de contribuer à une différenciation accrue du territoire. C'est dans cette perspective que peuvent être également appréhendés les produits bénéficiant d'une appellation. Outre l'activité qu'elles génèrent, les AOC sont des ressources contribuant à la qualification du territoire où elles sont localisées. Cette qualification ne concerne pas ici la dimension productive du territoire, mais ses dimensions sociale, culturelle et identitaire. Les ressources mobilisées renvoient aux images et aux valeurs véhiculées par les produits de qualité. Nous entrons ici dans le champ des produits dits "de terroir".

Le processus de développement se fonde alors sur la mise en valeur des produits dans leur contexte temporel et spatial, qui renvoie implicitement à l'idée de patrimonialisation. Défini par L. Bérard et P. Marchenay comme une lecture sélective du passé et de la tradition par les acteurs locaux, ce processus de patrimonialisation introduit la dimension culturelle comme valeur ajoutée potentielle pour le produit (Bérard, Marchenay, 2004). On retrouve une

idée similaire chez M. Faure à propos des fromages savoyards, pour qui la patrimonialisation renvoie à une reconstruction des liens entre tradition et modernité (Faure, 2000). Cette sélection a pour but de permettre au produit de valoriser son caractère traditionnel, tout en étant en adéquation avec les modes de consommation actuels. C'est à travers ce compromis que se construisent les cahiers des charges, ainsi que les stratégies de communication.

La patrimonialisation des produits présente quoi qu'il en soit un intérêt majeur pour le développement territorial, c'est la thèse défendue notamment par J. Bessière, pour qui la composante patrimoniale gastronomique devient un fondement de développement territorial, car elle répond à des attentes touristiques et de consommation. L'activité touristique devient dès lors un vecteur de valorisation potentiel des produits de terroir comme des territoires eux-mêmes (Bessière, 1997, 2000). Dans un contexte où l'espace rural est attractif, les produits AOC constituent, de par leur valeur symbolique, une "porte d'entrée" incontournable des territoires, ce qui les rend potentiellement aptes à répondre aux enjeux d'une agriculture multifonctionnelle. Même si comme le soulignent A. Mollard et M. Hirczak, l'agriculture reste encore à forte dominante sectorielle, des observations récentes mettent en évidence les prémices d'une inflexion du modèle agricole vers des logiques plus territoriales (Mollard, Hirczak, 2004). A propos de l'AOC "Chasselas de Moissac" et du label rouge "Veau de l'Aveyron et du Ségala", V. Olivier et F. Wallet évoquent ainsi un phénomène de redéploiement des ressources, qui prendrait la forme de liens accrus entre les filières et le tourisme. Ces nouvelles dynamiques de développement viendraient en réponse à des préoccupations sectorielles (commercialisation, notoriété...) (Olivier, Wallet, 2004).

## **2.5. Les aménités vues comme des ressources**

Développée dans une perspective différente, l'analyse des stratégies d'incorporation d'aménités dans les produits alimentaires présente selon nous un intérêt certain vis-à-vis du développement, dans la mesure où elle précise la nature même des ressources mobilisées. Définies comme des caractéristiques attrayantes d'un territoire, les aménités apparaissent très proches des ressources spécifiques évoquées plus haut, notamment en ce qui concerne leurs modalités de construction. Au départ, l'incorporation d'aménités dans des produits a pour objectif de différencier ces derniers sur les marchés et d'accroître leur valeur, l'idée étant que le consommateur opère sur le produit un "transfert" de la valeur positive qu'il accorde à l'aménité. Ainsi utilisées, les aménités deviennent des ressources pour ceux qui les utilisent. Une réflexion approfondie<sup>108</sup> sur cette notion nous a amené à proposer une grille de lecture permettant de rendre compte de l'émergence et de la mobilisation de cette aménité. Cette grille se décompose en trois temps : la construction, la reconnaissance et la valorisation.

- la construction d'une aménité s'appuie sur la combinaison de différents supports (caractéristiques naturelles, culturelles), son attribution à un acteur ou un groupe d'acteurs particuliers est rarement possible. En outre, les échelles temporelles inhérentes à l'émergence d'une aménité sont très variables : plusieurs millions d'années pour des caractéristiques géologiques, quelques décennies pour des savoir-faire,

---

<sup>108</sup> Pour plus de détails, le lecteur est invité à consulter L. Couzinet, J. Frayssignes, M. Pouzenc, J. Simonneaux, (2002). Voir également D. Coquart, L. Couzinet, O. Delahaye, J. Frayssignes, V. Olivier, D. Paillard, J. Pilleboue, M. Pouzenc, J. Simonneaux, (2002), *Valorisation des aménités des espaces ruraux par les produits agroalimentaires de qualité et le tourisme à la ferme*, Rapport final Interreg IIc.

- la reconnaissance d'une aménité par une société consiste à donner un sens (positif) à certaines caractéristiques du territoire. Cette reconnaissance est donc tributaire de l'évolution des valeurs et des représentations de cette société. La haute montagne a longtemps été considérée comme répulsive, et s'est progressivement dotée d'une image attractive avec le développement des sports d'hiver. On retrouve ici le caractère relatif des ressources évoqué par R. Brunet, pour qui *"les lieux qui se visitent font partie d'un patrimoine en pleine évolution"* (Brunet, 1993, p. 392),
- enfin, la valorisation implique une prise de conscience par les acteurs concernés des caractères positifs de l'aménité, qui va ensuite être incorporée dans des produits, et contribuer ainsi à leur différenciation sur les marchés. L'aménité se transforme alors en ressource, voire en rente lorsqu'elle est privatisée.

L'intérêt de cette analyse fondée sur l'incorporation d'aménités dans les produits réside dans les perspectives ouvertes en matière de développement territorial. En effet, l'approche en termes d'aménités définit le développement comme la capacité des acteurs locaux à capter les demandes potentielles des consommateurs en proposant une offre de produits et de services liés à un territoire particulier, ce qui renvoie très directement aux travaux menés par A. Mollard et B. Pecqueur sur la notion de panier de biens.

## **2.6. La ressource comme mise en cohérence de biens et de services sur un territoire : le panier de biens**

Le cadre d'analyse développé ici constitue un prolongement des travaux relatifs aux SPL. B. Pecqueur s'intéresse ainsi au développement territorial en tant que *"processus fondé sur la capacité des acteurs privés et publics à se coordonner et à mettre en place des dispositifs institutionnels susceptibles de capter le "consentement à payer" des consommateurs lié à l'environnement des produits"* (Pecqueur, 2001, p. 38). Le modèle du panier de biens est alors proposé. Il repose sur la mise en cohérence de produits et de services ancrés à un même territoire, se renforçant mutuellement et renforçant par-là même l'image et la réputation du territoire. L'idée étant que la combinaison de ces éléments leur permet d'acquérir des caractéristiques qu'ils n'ont pas lorsqu'ils sont pris isolément. La rente ainsi générée peut dès lors contribuer à renforcer le processus de développement.

La réflexion menée par A. Mollard s'inscrit dans une perspective similaire. L'auteur appréhende le développement à travers le concept de rente de qualité territoriale, issue des réflexions croisées de l'Economie Industrielle et de l'Economie Spatiale. Cette rente est obtenue à partir de l'exploitation de ressources spécifiques, c'est-à-dire construites sur un territoire, ancrées à celui-ci et internalisées par les acteurs locaux. La qualité des produits et services liés à ce territoire permet en théorie des prix durablement supérieurs. Le processus de développement réside ici dans la capacité des acteurs privés et publics à créer des coordinations institutionnelles permettant la mise en place d'une offre de produits et de services composite et située (Mollard, 2001). Dans le modèle du panier de biens, cette offre prend la forme d'un ou deux produits (ou services) "leaders", sur lesquels viennent se greffer d'autres produits. Géré de manière cohérente, l'ensemble permet alors de renforcer l'image positive du territoire et de contribuer ainsi à sa différenciation. Cette proposition de formalisation du développement territorial vient prolonger l'approche en termes d'aménités, étant donné la nature des ressources invoquées par les auteurs : *"La rente peut apparaître dans tout ce qui est "construit" par l'homme (...) : le patrimoine foncier et immobilier, les infrastructures et aménagements, voire les éléments culturels ou historiques accumulés, dès*

*lors qu'ils apparaissent comme attachés intrinsèquement à ces territoires et source d'avantages comparatifs par rapport à un autre espace géographique"* (Mollard, 2001, p. 23).

En outre, contrairement aux approches de type SPL, le panier de biens est une grille de lecture spécifiquement élaborée pour les espaces ruraux, souvent marginalisés durant la période des Trente Glorieuses. L'augmentation de la demande de produits (alimentaires) et de services (touristiques, environnementaux) permet l'émergence de ressources nouvelles, et donc d'opportunités de développement (Mollard, Pecqueur, Lacroix, 1998). L'autre grande originalité de ces travaux réside dans le fait qu'ils s'inscrivent dans une problématique de demande, en mettant l'accent sur les attentes des consommateurs et des touristes. Ce faisant, ils privilégient le décloisonnement des activités, en s'intéressant notamment aux liens entre agriculture et tourisme. Le développement consiste donc d'une part à générer des surplus pécuniaires, par la mise en place de synergies entre activités, et d'autre part à qualifier un territoire et à le différencier de son environnement, en construisant une image cohérente. Les processus observés ici ne renvoient plus à des relations de type clients / fournisseurs / sous-traitants comme dans le cadre des SPL, ils prennent des formes très différentes (manifestations culturelles, opérations de promotion locale...) et impliquent des acteurs issus d'horizons plus larges (acteurs privés, chambres consulaires, collectivités territoriales, associations...).

Parmi les opérations concrètes de qualification territoriale, les démarches de type "route touristique" mettant en scène des produits alimentaires connaissent un fort engouement, tant en France qu'ailleurs. Ces routes résultent d'une territorialisation accrue de l'activité agricole, à travers sa mise en relation avec d'autres sphères (tourisme, collectivités territoriales). E. Vandecandelaere estime ainsi que pour les professionnels impliqués, l'introduction de la dimension territoriale dans la construction de la qualité du produit permet une segmentation supplémentaire (ancrage, réputation collective...) et peut accroître les ventes. Par ailleurs, dans une perspective de développement, la mise en réseau contribue à générer des externalités<sup>109</sup> liées à la diversification, la qualification du territoire et la mobilisation des acteurs (Vandecandelaere, 2002). F. Arfini, E. Bertoli et M. Donati soulignent quant à eux le caractère plurisectoriel des routes, qui impliquent en général des acteurs publics et des acteurs privés. Au-delà des intérêts économiques, les enjeux quant à la réussite du projet résident dans la lisibilité de la démarche et dans la capacité à susciter l'adhésion des acteurs individuels. La dimension multifonctionnelle de ces initiatives devrait être également reconnue, notamment à travers la rémunération du service rendu en termes de développement rural (Arfini, Bertoli, Donati, 2002).

En résumé, le cadre théorique du panier de biens constitue pour nous une grille de lecture tout à fait intéressante des processus de construction de ressources revêtant un caractère patrimonial. Ces travaux ne sont d'ailleurs pas l'apanage des économistes. Ainsi, lorsque L. Laurens évoque la relance par les acteurs professionnels et politiques locaux de l'aligot de l'Aubrac et ses liens avec les autres produits emblématiques de ce plateau (fromage AOC Laguiole, couteau de Laguiole...), elle fait référence aux mêmes types de ressources et aux mêmes processus que B. Pecqueur et A. Mollard, en incluant des dimensions territoriales souvent délaissées (identité locale, conflits avec les élus locaux...) (Laurens, 1999, 2002). La particularité de notre recherche vis-à-vis de ces travaux réside dans la prise en compte de la place et le rôle joué des AOC dans la construction de ces paniers. Cette posture doit permettre de questionner cette approche théorique au vu des éléments de terrain.

---

<sup>109</sup> Une externalité est définie en Economie comme un effet induit par une activité économique échappant à l'appréciation du marché. Elle peut être positive (protection de l'environnement) ou négative (pollution).

## **2.7. L'évaluation du développement territorial en termes de panier de biens : l'AOC en tant que patrimoine**

La patrimonialisation des produits dits de terroir a pour but leur valorisation, notamment à des fins touristiques, mais également la qualification d'un territoire dans son ensemble. Cette qualification passe nécessairement par la coordination de différents acteurs au sein de démarches collectives. La notion de panier de biens vient en quelque sorte concrétiser cette coordination. Les AOC fromagères doivent être appréhendées ici à travers leur propension à construire ou à s'insérer dans des démarches de type panier de biens, au milieu d'autres produits et services. Les éléments de terrain doivent mettre en évidence des systèmes locaux ou régionaux de valorisation plus ou moins anciens, plus ou moins aboutis, et d'en caractériser la trajectoire (déclin, renforcement) et les éléments moteurs (acteurs publics, privés...), systèmes dans lesquels les AOC ont un positionnement variable ("devant" en tant que produit leader ou "derrière" en tant que complément à une offre déjà constituée). Le développement territorial renvoie à la capacité de la profession agricole à territorialiser davantage son activité et à s'inscrire dans une perspective multifonctionnelle. L'évolution de la PAC (découplage des aides, renforcement du deuxième pilier relatif au développement rural) démontre que les filières – qui plus est AOC – ont tout intérêt à élargir leur réflexion au-delà de la sphère sectorielle et à proposer de nouveaux services (visite d'exploitations, de fromageries, routes touristiques, manifestations culturelles...).

En conclusion, qu'elle soit liée à l'activité productive ou inscrite dans une vision patrimoniale, la ressource apparaît donc comme un concept heuristique fondamental dans l'analyse du développement territorial. Les différentes entrées disciplinaires mettent l'accent sur le processus de construction de la ressource, processus qui repose au départ sur des relations entre les acteurs. La capacité de ces acteurs à s'organiser et à se coordonner pour construire et/ou mobiliser ces ressources constitue donc le deuxième pan de l'analyse. Il convient désormais d'appréhender le développement dans une perspective relationnelle et organisationnelle, avec comme préoccupation constante l'appréhension du rôle joué par les acteurs des filières AOC dans ces coordinations.

## **3. La gouvernance territoriale comme grille de lecture des processus de coordination d'acteurs**

Les travaux géographiques comme économiques mettent tous l'accent sur les fondements organisationnels du développement territorial, ils placent donc les acteurs et leurs relations au cœur de l'analyse. Pour L. Barthe, il est important "*d'analyser les conditions d'émergence, les modes d'organisation des stratégies de développement territorial (...), les transformations et les permanences, voire les blocages ou les résistances qui traversent les systèmes d'action locaux*" (Barthe, 2001, p. 73). G. Colletis et J.-P. Gilly insistent quant à eux sur les territoires qui "*se construisent sous l'impulsion de jeux d'acteurs en leur sein, et à l'articulation avec des logiques de firmes et des logiques industrielles*" (Colletis, Gilly, 1999, p. 26). Dans les deux cas, l'outil théorique mobilisé est celui de gouvernance territoriale. C'est donc à partir de cet outil qu'il nous semble intéressant de réfléchir aux logiques organisationnelles et relationnelles qui président au développement territorial.



### 3.1. La gouvernance : considérations préliminaires

La notion de gouvernance locale semble apparaître en même temps que celle de développement local. L'évolution des modalités d'intervention publique et l'accroissement du poids des interlocuteurs locaux contribue à faire émerger de nouvelles formes de gestion des territoires, que l'on va également nommer "gouvernance", par opposition aux formes de gouvernement étatique classiques. Une gouvernance n'est donc pas définie par des limites administratives, mais aussi par des interactions entre des acteurs. La gouvernance locale trouve ses origines dans les sciences politiques anglo-saxonnes, elle désigne de "*nouveaux agencements d'institutions et d'acteurs différents, caractéristiques de 'l'action publique flexible'.* La gouvernance locale traduit la coordination des interactions entre acteurs dans l'optique d'un projet de développement territorial" (Barthe, 1998, p. 254). La gouvernance met en lumière la très grande diversité des acteurs impliqués dans la gestion d'un territoire (élus, entreprises, associations, population locale...), et les enjeux de pouvoir qui y sont liés.

Dans le sens que lui donnent les sciences politiques, la gouvernance locale renvoie en premier lieu à la théorie économique des coûts de transaction. R. Coase, puis O. Williamson développent le concept de "corporate governance" pour rendre compte des coordinations économiques hors marché. La gouvernance est alors essentiellement vouée à la recherche d'efficacité au sein d'une firme, notamment à travers la réduction de ses coûts (Leloup, Moyart, Pecqueur, 2004). L'apport décisif des sciences politiques à la notion de gouvernance réside dans l'élargissement du champ des acteurs impliqués et dans sa dimension spatiale accrue. Cette appropriation va d'ailleurs contribuer à d'importants prolongements théoriques.

### 3.2. Gouvernance locale, organisation économique et développement

En Economie, l'influence des sciences politiques se manifeste en premier lieu par une "spatialisation" accrue de la notion de gouvernance. Celle-ci désigne selon B. Pecqueur un "*processus de coordination des acteurs entre eux dans la perspective de l'organisation de l'activité économique*" (Pecqueur, 2004, p. 1). Il ne s'agit plus seulement d'analyser les dynamiques organisationnelles d'une firme ou d'une institution, mais d'un territoire, dont la configuration influe sur ces dynamiques. Chaque territoire se retrouve ainsi caractérisé par une forme de gouvernance spécifique qui le différencie de son environnement extérieur : "*La coordination d'acteurs à l'échelle territoriale entraîne une mutation : la décision s'autonomise en partie par rapport au pouvoir central public*" (Pecqueur, 2004, p. 2).

Cette spatialisation positionne la gouvernance locale à l'interface entre des logiques globales et des dynamiques locales. Pour J.-P. Gilly et F. Wallet, la gouvernance locale se définit comme un "*processus institutionnel / organisationnel de construction d'une compatibilité dynamique de différentes modalités de coordination entre des acteurs (individuels et collectifs) géographiquement proches, en vue de la résolution d'un problème productif*" (Gilly, Wallet, 2000, p. 4). Dans cette perspective, une forme de gouvernance donnée renvoie à la mise en cohérence de logiques divergentes (économiques et sociopolitiques d'une part, locales et globales d'autre part). Les compromis entre acteurs publics et privés sont à l'interface entre des dynamiques endogènes, qui concourent à la construction de règles et de valeurs communes, et des dynamiques exogènes qui, à travers les institutions globales exercent une prégnance sur l'échelle locale. La gouvernance constitue donc une grille d'analyse du développement local, qui désigne alors la capacité des acteurs à se coordonner localement, mais aussi et surtout la propension de ces acteurs à se mettre en

compatibilité avec les évolutions macro-économiques globales. A cet égard, J.-P. Gilly et F. Wallet distinguent la gouvernance locale de la gouvernance territoriale, qui en serait une forme particulière. Le passage du local au territorial se réalise par une cohérence spatiale accrue au niveau du comportement des acteurs : *"La gouvernance territoriale nécessite, en effet, l'existence d'une autonomie relative et d'une capacité d'auto-reproduction de cet espace par rapport à son environnement (...) et l'existence d'une médiation locale – et non d'une simple superposition – entre système socio-politique et système productif local (...) faisant de ce dernier un territoire"* (Gilly, Wallet, 2000, p. 5). En tant qu'outil d'analyse économique des coordinations au sein d'un groupe d'acteurs donné (entreprise, filière<sup>110</sup>, territoire...), la gouvernance présente un intérêt indéniable pour appréhender les processus de développement territorial, notamment à travers les tensions entre local et global. Cette posture évite en effet une approche trop localiste, souvent reprochée aux défenseurs des SPL.

Le deuxième apport fondamental des économistes dans l'analyse de la gouvernance réside dans leur propension à confronter les jeux d'acteurs entre la sphère publique et la sphère privée au sein d'un même territoire. Cette confrontation est déterminante dans la construction de ressources territoriales, et donc dans le processus de développement. Parallèlement à la mise en évidence des trajectoires de développement (agglomération, spécialisation, spécification), G. Colletis et J.-P. Gilly proposent une typologie des formes de gouvernance correspondant à ces trajectoires :

- gouvernance privée, où la construction de ressources est gérée par des entreprises (grand groupe),
- gouvernance privée collective, où les entreprises sont regroupées au sein d'une organisation qui s'efforce de coordonner les stratégies (chambres consulaires...),
- gouvernance publique, où les acteurs leaders sont des collectivités territoriales ou des organismes publics au sens large (centres de recherche...),
- gouvernance mixte, qui combine plusieurs des formes évoquées ci-dessus à des degrés variables (Colletis, Gilly, 1999).

Cette distinction public / privé est reprise par F. Aubert, M. Guérin et P. Perrier-Cornet pour qualifier les dynamiques de développement spécifiques aux espaces ruraux. Les auteurs fondent leur approche sur deux "piliers" constitutifs du territoire : la structure organisationnelle et le capital organisationnel :

- la structure organisationnelle est constituée d'une organisation industrielle (acteurs privés) et d'une organisation institutionnelle (pouvoir politique), mues par des logiques d'action différentes. La confrontation de ces deux types d'organisation donne naissance à une infinité de configurations spatiales, et donc de trajectoires de développement,
- le capital organisationnel se construit par la mise en relation des deux sphères organisationnelles et par l'accumulation de normes collectives dans le temps. Ce capital *"prend essentiellement la forme de règles et de procédures générales qui sont reconnues et ont une signification pour chacun, de façon durable et partagée"* (Aubert, Guérin, Perrier-Cornet, 2001, p. 397).

Cette grille d'analyse permet aux auteurs de mettre en évidence soit une prééminence de l'organisation industrielle, soit une suprématie des institutions locales. Les modes de

---

<sup>110</sup> C'est ce même outil de gouvernance que B. Sylvander et P. Perrier-Cornet ont appliqué aux filières d'appellation, en proposant également une typologie : sectorielle pure, sectorielle AOC et territoriale (2000).

coordination permettent souvent la construction de ressources spécifiques aptes à la différenciation. La confrontation parfois conflictuelle entre acteurs publics et acteurs privés – et la prédominance d'une logique sur l'autre – peuvent d'ailleurs être source d'appauvrissement vis-à-vis du projet de développement : *"Celui des territoires dans lesquels l'organisation industrielle est fortement structurée et dominante, au point d'exercer un contrôle étroit de l'organisation publique locale"* (Aubert, Guérin, Perrier-Cornet, 2001, p. 408).

### **3.3. Gouvernance territoriale et politiques publiques : les apports des géographes**

Les réflexions des sciences politiques sur la gouvernance ont quant à elles fortement influencé les géographes dans leur manière d'appréhender les modalités de construction des territoires et les logiques de développement, à tel point que ceux-ci ont essentiellement privilégié l'entrée par les politiques publiques et l'observation des acteurs institutionnels. Le contexte d'émergence de l'Union Européenne comme nouvelle sphère de pouvoir, conjugué au renforcement des compétences des collectivités territoriales, expliquent cette posture méthodologique. L. Barthe définit ainsi la gouvernance comme la *"construction d'une capacité de gouvernement et de la mise en place de nouveaux modes de régulation et de démocratie locale impliquant dans le processus de décision un éventail élargi d'acteurs aux statuts divers"* (Barthe, 2001, p. 78). L'idée de gouvernance émane ici directement des nouvelles politiques d'intervention territoriale et de leur caractère contractuel. La recherche d'une meilleure efficacité n'est d'ailleurs pas absente, puisqu'il s'agit d'obtenir une meilleure articulation entre les différents niveaux d'intervention (concurrence entre collectivités) et un décloisonnement accru des logiques sectorielles (corporatisme public comme privé). L'articulation global / local est également présente, mais fortement imprégnée de la dimension politique. L'auteur propose en effet un modèle d'appréhension du développement territorial, qui découle de deux facteurs principaux : la capacité locale à s'organiser et à construire un discours partagé à partir de représentations spatiales d'une part, et la propension des acteurs à saisir les opportunités extérieures, qui renvoient ici notamment aux politiques publiques européennes et à leurs financements souvent complexes d'autre part (Barthe, 1999).

La primauté de l'approche institutionnelle en Géographie est également présente de manière implicite chez R. Lajarge et E. Roux lorsqu'ils évoquent l'idée de *"complexité territoriale"*, définie comme une combinaison entre le territoire des élus, le territoire des ressources, le territoire des projets de développement et le territoire de l'identité. Le déchiffrement de cette complexité nécessite des outils appropriés parmi lesquels la gouvernance ne serait qu'un outil parmi d'autres : *"Le débat pourrait être strictement institutionnel et politique ; il renverrait alors les géographes aux débats sur la subsidiarité locale, la gouvernance (au sens du renouvellement des gouvernements locaux), l'opérationnalité des politiques publiques territoriales ou la démocratie territorialement participative"* (Lajarge, Roux, 2000, p. 7). Cette tendance de la Géographie à privilégier l'entrée par les politiques publiques est selon nous un des facteurs d'explication de la relative absence de travaux consacrés au développement à partir des acteurs privés, souvent laissés aux économistes. Les apports de cette approche sont malgré tout importants.

En premier lieu, la gouvernance met ici en scène des types d'acteurs souvent négligés par les économistes, comme les associations. En outre, la population locale peut également s'avérer déterminante dans le processus de développement et la construction de ressources. Par les représentations qu'ils expriment de leur territoire d'appartenance (perception positive ou négative), par leur adhésion à des projets (démocratie participative), les résidents

constituent une composante de la différenciation territoriale. En second lieu, la proximité avec la Sociologie amène les chercheurs à analyser les conflits entre acteurs et les enjeux de pouvoir qui y sont liés. A travers la gouvernance, F. Gerbaux parvient ainsi à mettre en évidence la forte concurrence qui existe entre acteurs publics et acteurs privés dans la gestion d'une station de sport d'hiver comme Les Arcs, et toute la difficulté pour parvenir à une cohérence d'ensemble (Gerbaux, Boudières, Marcelpoil, 2004). L. Barthe identifie quant à elle plusieurs organisations territoriales fondées sur des concurrences entre types d'acteurs : pouvoir associatif Vs pouvoir politique et institutionnel, élus locaux Vs techniciens du développement, concurrence entre différents échelons d'intervention (communes, EPCI, départements, régions, Etat), ce qui explique le caractère instable et évolutif des formes de gouvernance dans le temps (Barthe, 2001). Ces analyses fines vont jusqu'à l'échelle de l'individu et permettent d'identifier des "leaders", qui au sein des organisations jouent un rôle souvent difficile à cerner. Défini par L. Barthe comme une personne ayant la capacité d'impulser des initiatives, le leader peut être présent sur la scène territoriale (élu local), mais également relever de la sphère professionnelle. Ses principales caractéristiques renvoient à un tissu relationnel dense et à une présence à différentes échelles d'intervention, ce qui le rend incontournable. Le rôle du leader peut malgré tout se révéler ambigu, parfois moteur, parfois frein au développement (Barthe, 1999). P. Prévost évoque quant à lui quatre aptitudes fondamentales : savoir capter l'attention de l'entourage, savoir donner un sens aux événements, savoir gagner la confiance et savoir apprendre de ses erreurs (Proulx, 1998).

Dans les coordinations observées sur les différents terrains, les acteurs des filières AOC occupent une place variable, parfois marginalisés, parfois intégrés, parfois même en position de leader. L'observation des formes de gouvernance engendrées par ces coordination doit quoi qu'il en soit prendre en compte ces acteurs.

### **3.4. L'évaluation des coordinations liées au développement territorial : l'AOC en tant "qu'acteur"**

Le développement territorial étant également une affaire de coordination, il nous semble fondamental de nous intéresser au rôle joué par les acteurs des filières AOC dans ces coordinations, qu'ils soient producteurs de lait, chefs d'entreprise ou animateur de syndicat. Cette entrée nous amène à faire intervenir d'autres types d'acteurs et à analyser les AOC comme étant à l'interface entre deux types de logiques :

- des logiques fondées sur le décloisonnement de secteurs d'activités au départ indépendants, avec comme exemple l'évolution des liens entre agriculture et tourisme, ou encore entre produits de différentes natures (fromage et vin...),
- des logiques fondées sur l'émergence de nouveaux territoires d'intervention (intercommunalité, PNR...), et sur les nouveaux liens avec les acteurs privés.

Les formes de gouvernance qui émergent de ces logiques sont au cœur du processus de développement territorial, elles impliquent des acteurs à chaque fois différents, et qui évoluent avec le temps. Il s'agit donc d'identifier et de caractériser ces dynamiques collectives (à dominante privée, publique, mixte...), d'en fixer les limites (locales, régionales...), et d'appréhender ensuite la place occupée par les acteurs AOC. Plus précisément, les filières d'appellation peuvent avoir des positionnement très différents en fonction de leur importance économique et de leur degré d'implication : moteur, suiveur, indifférent, voire même "inhibiteur" dans certains cas. Nous avons souligné plus haut le rôle des leaders dans les

démarches collectives. Ceux-ci peuvent dans certains cas être issus des filières AOC et s'être investis localement à travers une territorialisation de leur action (responsabilités politiques, réseau de relations étendus...). Ces leaders sont dès lors à même de jouer le rôle de "facilitateur de dialogue" entre des sphères, par essence hermétiques.

En conclusion, l'appréhension des dynamiques de développement territorial induites par la présence d'une AOC se décline en trois questions centrales :

- comment les AOC, à travers l'activité induite, participent-elles à la construction de ressources productives spécifiques, et donc à une trajectoire de développement ?
- de quelle manière les fromages AOC répondent-ils aux attentes des touristes et des consommateurs et participent-ils à la production de ressources patrimoniales ?
- comment les acteurs d'une filière AOC prennent-ils part aux coordinations locales et régionales (privées et publiques) visant à construire des projets de développement ?

Ces trois questions nous amèneront donc à considérer l'AOC tour à tour comme un système productif agissant dans la construction de ressources, un produit alimentaire de terroir inscrit dans un processus de patrimonialisation, et un "acteur" impliqué dans des formes de gouvernance locales et/ou régionales. Ces angles d'attaque sont bien entendu intimement liés, et apparaîtront de manière combinée dans l'analyse, l'émergence d'un panier de biens correspondant nécessairement à une forme de gouvernance spécifique.

#### **4. En guise de conclusion – l'ancrage du développement territorial : importance des échelles d'observations et nécessité de prendre en compte les contextes locaux**

L'appréhension du développement territorial est une question transversale nécessitant une posture pluridisciplinaire. Cette notion est abordée ici en termes d'ancrage, c'est-à-dire dans une perspective de réciprocité des relations entre activité économique et dynamiques territoriales. La définition que nous proposons ici se veut d'abord spécifique à notre démarche. La recherche d'opérationnalité induit malgré tout la possibilité de transposer la réflexion. Le développement territorial apparaît comme un processus inscrit dans un territoire, fondé sur une coordination d'acteurs (publics et privés) issus d'horizons divers, mettant partiellement en cohérence leurs pratiques et leurs représentations, en vue de construire des ressources matérielles et immatérielles, productives ou liées à un processus de patrimonialisation, contribuant à la qualification, voire à la différenciation, du territoire considéré.

Le développement territorial induit une appropriation spatiale, il met en œuvre des dynamiques inscrites dans les trois dimensions inhérentes à la construction territoriale. L'économie intervient bien entendu dans la construction de ressources aptes à générer de la richesse. Le politique renvoie à l'ensemble des modes d'intervention publiques présentes à toutes les échelles. L'identitaire peut quant à lui intervenir dans le processus de coordination des acteurs. En ce sens, le développement territorial est une forme particulière de production de territoire. Cette dernière remarque rejoint en partie les réflexions de B. Debarbieux et J. Poisat, qui expliquent que les recompositions territoriales à l'œuvre dans l'élaboration des politiques publiques font référence à un discours fondé sur des mythes, et génèrent l'émergence d'entités territoriales souvent caractérisées par une antériorité historique vis-à-vis des maillages existants. Cette production territoriale ne renvoie pas qu'à une stratégie de marketing, mais a également pour but d'affirmer sa légitimité, de lui donner un sens. Les

auteurs introduisent la notion "d'artefact territorial" pour rendre compte de ce processus. Ces artefacts peuvent avoir un contenu naturel (régions liées à des PNR par exemple), historique (échelles que la Révolution avait tenté de supprimer) ou lié à des savoir-faire (espaces productifs correspondants à des SPL). De nombreuses démarches de développement s'appuient ainsi sur une combinaison entre ces trois types d'artefacts (Gerbaux, 1999).

Le caractère ancré du développement nécessite dans le même temps la prise en compte des dynamiques à partir desquelles il émerge et qui lui donnent une forme toujours spécifique. Le développement territorial renvoie donc toujours à une infinité de configurations, même si ses principes élémentaires (ressources, coordinations) demeurent. L'approche du développement en termes d'ancrage doit donc également mettre en évidence tous ces éléments inhérents au contexte local qui vont conditionner le processus (enjeux économiques et démographiques, dynamiques collectives, préoccupations des acteurs...). C'est suivant ce même constat que S. Scheffer ressent le besoin de préciser le contexte territorial et sectoriel relatif à l'évaluation d'une démarche de valorisation d'un produit. L'auteur propose pour cela de réfléchir sur l'identité du produit et des hommes (nature des liens à l'origine, coutumes locales, usage du nom), l'ancrage économique de la filière (poids économique, structuration institutionnelle...) et surtout la place des produits dans leur environnement local et global (Scheffer, 2002). Que l'on observe une démarche de valorisation ou de développement territorial, l'identification de ces éléments est fondamentale dans la mesure où ils exercent une influence directe sur les processus à l'œuvre, et en l'occurrence sur la réussite des projets. On retrouve bien notre idée d'imprégnation relative à l'ancrage : si les acteurs et les activités sont ancrées, les ressources et les coordinations le sont également.

En tant que concept géographique, l'ancrage territorial implique également une attention toute particulière portée aux échelles auxquelles se déroulent les processus. Lorsqu'il est question de développement territorial, la question des territoires pertinents est récurrente dans les préoccupations des chercheurs, qu'ils soient géographes ou économistes, même si les manières de l'aborder sont très différentes. M. Bussi juge ainsi indispensable cette réflexion sur le périmètre d'action, et déplore chez les décideurs un certain "aveuglement géographique". Les territoires institutionnels classiques, déterminés a priori, ne sont en effet guère adaptés à la mise en œuvre de projets de développement local (Bussi, 2001). L. Barthe met également en évidence cette non-adéquation entre les divisions administratives traditionnelles et les dynamiques de projet portées par les acteurs : *"A la représentation de pouvoirs politiques ordonnés, emboîtés suivant un principe excluant tout chevauchement ou superposition se substitue un territoire identifié comme espace de gestion, dont la délimitation s'établit par type de problème à traiter"* (Barthe, 1999, p. 363). Pour remédier à ce problème, les collectivités territoriales tentent de "coller" davantage à la réalité du terrain à travers la mise en place de nouveaux zonages (pays, PNR, bassins d'activités, programmes Leader...). Les conflits avec les mailles traditionnelles restent malgré tout une réalité. La volonté de simplifier les circonscriptions administratives s'est au contraire soldée par une complexité accrue, les nouveaux maillages venant se superposer aux anciens, et non les remplacer (Lajarge, Roux, 2000). A leurs trajectoires de développement, J.-P. Gilly et G. Colletis font quant à eux correspondre des échelles territoriales différentes. L'agglomération dépend en premier lieu de l'action des pouvoirs publics (politique d'attractivité) sur un espace qui ne peut être considéré comme un réel territoire. La spécialisation fait intervenir une logique davantage industrielle (à travers la complémentarité entre plusieurs entreprises), et donc des dynamiques territoriales a priori élargies. Enfin, la spécialisation renvoie à des territoires encore plus flous et plus ouverts (Colletis, Gilly, 1999).

Il semble donc que le passage à des ressources spécifiques corresponde à une autonomie accrue vis-à-vis des échelles institutionnelles classiques.

Notre propre réflexion se fonde en premier lieu sur l'existence d'un zonage reconnu par voie juridique (l'aire AOC), même si nous verrons qu'au-delà des critères naturels, les logiques présidant à son tracé renvoient à des impératifs aussi bien économiques que politiques. Cependant, la perspective constructiviste de l'ancrage nous amène à considérer d'autres échelles d'observation, inhérentes d'une part aux pratiques et aux représentations des acteurs des filières AOC (très variables selon les cas), et d'autre part aux entités institutionnelles nouvellement créés pour réguler les démarches de développement (pays, communautés de communes...). Nous appréhendons ainsi cette question à travers la confrontation entre des échelles de différentes natures, ce qui semble être une particularité des géographes.

Les jalons de notre démarche étant désormais posés, il convient maintenant de préciser le dispositif méthodologique qui va nous permettre de répondre à notre questionnement. Ce dispositif se fonde d'une part sur le caractère comparatif la recherche, ce qui va nous amener à choisir différents terrains de d'étude à partir des filières AOC qui y sont situées, et d'autre part sur une démarche qualitative, à travers notre principal outil de collecte d'informations : l'entretien semi-directif. L'originalité du travail réside dans une réflexion méthodologique à deux niveaux : celui de la filière AOC et celui du "pôle AOC", notion proposée pour définir un ensemble de systèmes d'appellations localisés dans une même région.

**Chapitre 4**

**Le cheminement méthodologique**

**entre pôle AOC et approche compréhensive**



Appliqué aux filières AOC, le modèle d'analyse relatif à l'ancrage territorial est donc fondé sur les principes suivants :

- la réciprocité des liens entre filière et territoire (propension du territoire à imprégner les filières et propension des filières à produire du territoire),
- la prise en compte de l'ensemble des dimensions du territoire,
- le développement comme trajectoire fondée sur des ressources et des coordinations,
- la coexistence de différentes échelles d'analyse, impliquant la nécessité de replacer les objets et les processus dans leur contexte territorial.

La construction du dispositif méthodologique destiné à répondre à la question de recherche est intimement liée au modèle d'analyse. Le présent chapitre se structure donc autour de trois données fondamentales : la nature des outils permettant la collecte des informations, les acteurs à solliciter et la nature même des informations à collecter. Par ailleurs, il convient également de s'interroger sur le choix des terrains d'étude qui vont permettre l'application de notre dispositif.

Transversale dans l'ensemble de notre recherche, la notion d'acteur nous amènera dans un premier temps à justifier le recours à l'entretien semi-directif comme outil privilégié de reconstruction des processus à l'œuvre. C'est de ce fait à travers une approche compréhensive fondée sur les acteurs que seront identifiés les interlocuteurs à rencontrer, et construits les guides permettant de recueillir les informations. Puis, le choix des terrains d'étude sera l'occasion de réfléchir sur les échelles du développement. Placée au cœur de notre étude, la filière AOC sera enrichie d'une notion complémentaire – le pôle AOC – basée sur l'hypothèse de la non pertinence de l'aire d'appellation comme seul territoire d'investigation. Enfin, la présentation synthétique des différentes zones sélectionnées permettra d'introduire la deuxième hypothèse, relative quant à elle au processus de développement territorial.

## **I. La mise en place du dispositif méthodologique : une approche compréhensive fondée sur les acteurs de la filière**

La construction de ce dispositif passe dans un premier temps par la mise en place d'un protocole précisant les modalités de collecte des informations de terrain. Le caractère qualitatif de notre démarche justifie l'emploi de l'entretien semi-directif plutôt que de l'enquête fermée. Ce choix inscrit notre recherche dans le champ de l'analyse des stratégies d'acteurs, et s'appuie ainsi largement sur le courant de la Sociologie des Organisations. Notre entrée par la sphère privée nous amène à réfléchir en premier lieu sur les acteurs de la filière et sur le statut méthodologique de cette notion. Loin de constituer un acteur à part entière, la filière se conçoit comme un espace stratégique de confrontation des logiques. C'est ensuite à partir de la filière que peuvent être identifiés les acteurs "territoriaux" à enquêter, qu'ils relèvent du domaine public (élus locaux, agents de développement...) ou privé (partenaires économiques, professionnels du tourisme...). Cette démarche de nature compréhensive se différencie d'une entrée où les maillages administratifs sous-tendraient les choix des acteurs, même si au final, les logiques privées rencontrent forcément les politiques publiques. C'est quoi qu'il en soit sur la base de ces types d'acteurs hétérogènes qu'ont été élaborés les guides d'entretien, dont la vocation est double :

- permettre la reconstruction des trajectoires (démarche monographique),
- permettre la construction d'indicateurs de développement (démarche comparative).

Cette partie reprend donc un à un les points qui viennent d'être évoqués et répond à ces questions fondamentales : Quel outil utiliser pour les enquêtes ? Quels sont les interlocuteurs à enquêter ? Quelles sont les informations à collecter ?

### **1. L'entretien semi-directif comme outil privilégié pour la reconstruction des processus**

#### **1.1. La Sociologie des Organisations comme grille de lecture des stratégies d'acteurs**

La démarche qui est la nôtre nous a effectivement amené à privilégier une entrée résolument tournée vers les acteurs et leurs stratégies. En cela, notre recherche s'appuie sur les travaux issus du courant de la Sociologie des Organisations, qui à travers l'élaboration et la formalisation d'un vocabulaire et d'une structure de pensée spécifiques, propose une grille de lecture apte à rendre compte des objets (filière, territoire) et des processus (développement) qui nous intéressent. Ce courant est fondé sur le principe de la contingence des comportements individuels, qui est à l'origine du caractère socialement construit, et négocié, des organisations humaines. A propos de la notion d'acteur, M. Crozier et E. Friedberg synthétisent dès les années 1970 un certain nombre de données toujours valables aujourd'hui :

- *"L'acteur n'a que rarement des objectifs clairs et encore moins des projets cohérents, ceux-ci sont multiples, plus ou moins ambigus, plus ou moins explicites, plus ou moins contradictoires,*
- *pourtant son comportement est actif. S'il est toujours contraint et limité, il n'est jamais directement déterminé,*

- *c'est un comportement qui a toujours un sens (...). Il est rationnel, d'une part par rapport à des opportunités et à travers ces opportunités au contexte qui les définit et, d'autre part, par rapport au comportement des autres acteurs,*
- *c'est enfin un comportement qui a toujours deux aspects : un aspect offensif, la saisie d'opportunités en vue d'améliorer sa situation, et un aspect défensif, le maintien et l'élargissement de sa marge de liberté, donc de sa capacité à agir,*
- *il n'y a donc plus à la limite de comportement irrationnel. C'est l'utilité même du concept de stratégie que de s'appliquer indifféremment aux comportements en apparence les plus rationnels et à ceux qui semblent tout à fait erratiques"* (Crozier, Friedberg, 1977, p. 78).

La perspective géographique et territoriale ne rend pas les acteurs moins omniprésents. Les développements les plus récents de la discipline sont largement imprégnés de cette notion, qui est au cœur des mécanismes de construction territoriale. Les pratiques comme les représentations des acteurs sont en effet d'importants vecteurs de territorialisation. Nous avons également montré comment les caractéristiques des territoires imprégnaient en retour ces pratiques et ces représentations. Notre grille de lecture fondée sur l'ancrage territorial s'inscrit donc en entièrement dans ce paradigme de l'acteur.

## **1.2. La concrétisation de la démarche à travers la réalisation de 250 entretiens**

Afin de mettre en évidence ces éléments, la collecte des informations sur le terrain s'est principalement appuyée sur la technique de l'entretien semi-directif. Cet outil se révèle en effet le mieux adapté à notre recherche dans la mesure où il permet une certaine liberté dans l'expression de la personne enquêtée, liberté qui s'inscrit malgré tout dans un cadre prédéfini, permettant ensuite la confrontation, voire la comparaison des discours. A travers le choix de thématiques appropriées, les entretiens visent dans un premier temps à décrypter les pratiques et les représentations des acteurs, et dans un second temps à reconstruire, notamment dans leur dimension historique, les organisations (filières), les territoires et les trajectoires de développement (construction de ressources, coordination).

Près de 250 entretiens ont ainsi été effectués sur une période d'environ deux ans, d'une part dans les différents terrains d'étude, et d'autre part auprès d'interlocuteurs ayant une portée nationale. L'exploitation de ces entretiens a été rendue possible par une retranscription du discours, à travers l'enregistrement des entretiens. Sans être intégrale, cette retranscription thématique a permis ensuite le travail de reconstruction évoqué plus haut, à travers un travail de confrontation et de recoupement d'informations. L'enregistrement avait également pour but de pallier l'inévitable perte d'information induite par la seule prise de notes. Ainsi, comme on a déjà pu le voir, la présentation des résultats est enrichie par de nombreuses citations, dont le but est de permettre au lecteur de mieux appréhender la réalité du terrain. En dépit de son caractère subjectif, un extrait de discours se révèle très souvent beaucoup plus évocateur qu'une description au style indirect. Afin de permettre une lecture plus fluide, les hésitations, silences et autres interruptions n'ont pas été conservés dans ces extraits, leur présence n'ayant pas été jugée utile dans l'optique de cette recherche. Il convient désormais de s'interroger sur les acteurs à qui administrer cet outil, et aux logiques qui vont présider à leur sélection.

## **2. Les acteurs à enquêter : de la filière au territoire**

Le choix des acteurs à enquêter s'appuie sur une démarche en deux temps, qui part en premier lieu de la notion de filière pour aboutir ensuite aux acteurs du territoire.

### **2.1. Le concept de filière pour rendre compte des relations entre acteurs de différentes natures**

La définition des limites de notre objet de recherche, en l'occurrence la filière AOC, constitue le point de départ dans le choix des acteurs à enquêter. Lorsqu'il mobilise la notion de filière, J.-P. Diry fait référence aux liens qui existent entre les agriculteurs et les industries d'amont (fournisseurs) et d'aval (transformateurs). Le fait de travailler sur des produits d'appellation induit un élément supplémentaire : l'existence d'une structure regroupant l'ensemble de ces acteurs, même si l'AOC n'a pas le monopole d'un tel type d'organisation. L'introduction de cette dimension institutionnelle nous permet de fixer plus aisément les limites de l'objet étudié. Ainsi, une filière AOC désigne l'ensemble des acteurs impliqués de manière directe dans la fabrication, la transformation et la commercialisation du produit, et soumis aux mêmes règles de fonctionnement mises en place dans le cadre du syndicat d'appellation. Trois grandes familles peuvent donc être identifiées :

- les acteurs de la production (producteurs de lait, producteurs fermiers),
- les acteurs de la transformation / commercialisation (fromagers, affineurs, producteurs fermiers en vente directe),
- les dirigeants, personnels et services rattachés à l'organisme institutionnel.

Dans ce troisième groupe, il est fait référence aux services et compétences qui dépendent directement du syndicat. Certaines filières AOC disposent par exemple de leur propre service technique (contrôle laitier, insémination artificielle, analyses, appui aux entreprises...) ou de promotion. Cette situation est fréquente dans les cas où la filière a atteint une taille lui permettant d'acquérir une certaine autonomie vis-à-vis des organismes extérieurs (chambres d'agriculture, laboratoires...). Appréhendée de cette manière, la filière ne renvoie pas à un découpage arbitraire du système productif, dans la mesure où l'objet ainsi délimité revêt également une signification pour les acteurs. Au cours des entretiens réalisés sur le terrain, l'expression de "filière AOC" est porteuse de sens pour la plupart des interlocuteurs, qu'ils soient eux-mêmes dans la filière ou hors de celle-ci. L'autonomie de décision et d'action induite par la présence d'un syndicat et de services rattachés permet parfois d'assimiler la filière AOC à un acteur à part entière, capable de stratégie. La notion de filière se rapproche alors de celle de système, dans la mesure où elle revêt des caractéristiques similaires : une organisation d'éléments en interaction, une autonomie relative, l'existence de buts, un environnement extérieur et une évolution dans le temps. Cette vision systémique est mobilisée par F. Auriac, qui même s'il ne parle pas de filière, montre comment le vignoble languedocien, confronté à un contexte commercial changeant, parvient à maîtriser ses contradictions internes et à s'adapter à ce nouvel environnement. Le vignoble a en quelque sorte "fait système" pour assurer sa reproduction (Auriac, 1983). Toutefois, aborder la filière uniquement à travers l'approche systémique reviendrait à l'assimiler à un acteur à part entière, et de ce fait à occulter les logiques hétérogènes souvent conflictuelles qui sous-tendent sa construction. Pour ouvrir cette "boîte noire" et éviter ainsi toute personnification abusive, d'autres approches prennent alors le relais :

- l'approche par les stratégies d'acteurs, déjà évoquée plus haut, qui fait de la filière un espace stratégique où se confrontent – et s'affrontent – des logiques souvent divergentes. Cet espace cohabite avec d'autres cadres de négociations liés au statut des acteurs (exploitation, concurrence internationale...) <sup>111</sup>,
- l'approche par les conventions, qui constitue un prolongement de l'approche stratégique, en privilégiant l'étude des motivations des acteurs et des logiques qui sous-tendent leur stratégie. Les formes de coordination sont fondées sur des principes liés aussi à la nature des acteurs considérés <sup>112</sup>.

Les filières AOC oscillent donc constamment entre les deux pôles de cette même réalité : système autonome et cadre stratégique, ce qui rend leur analyse d'autant plus complexe. Les entretiens réalisés ont quoi qu'il en soit porté sur ces différents types d'acteurs (producteurs, transformateurs, responsables des services éventuellement rattachés). Le très grand nombre d'interlocuteurs n'a bien entendu pas permis un travail exhaustif, des choix ont du être faits en fonction de divers facteurs (représentativité des acteurs, disponibilité...). Nous avons ainsi été amené à privilégier les acteurs directement impliqués dans la filière, à travers leur présence dans le conseil d'administration du syndicat. Ces acteurs sont apparus comme les plus intéressants à rencontrer, dans la mesure où ils étaient "en première ligne" dans les dossiers et faisaient vivre la filière au quotidien. Le principal biais induit par cette démarche réside principalement dans le contenu du discours des dirigeants, qui n'est pas forcément représentatif du reste de la filière. Nous nous sommes donc efforcé autant que possible de rencontrer des acteurs "de la base", notamment des producteurs, ceci afin d'avoir des points de vue aussi divers que possibles. Cette manière de procéder a néanmoins permis de mettre en évidence de fortes oppositions entre les différents protagonistes et d'identifier ainsi les principaux points d'achoppement. En revanche, nous n'avons pas cherché à rencontrer des acteurs positionnés "hors" de la filière, dans la mesure où notre question de recherche porte sur l'inscription des produits d'appellation dans le développement, et non pas sur la recherche d'un différentiel entre production AOC et production générique. L'identification des acteurs au niveau de la filière a donc constitué la première étape du travail. Ce n'est que dans un deuxième temps que la démarche a été élargie à d'autres types d'acteurs.

## **2.2. Les territoires révélés par la filière : partenaires économiques et autres types d'acteurs**

La perspective territoriale de notre recherche nous a conduit à nous intéresser aussi aux acteurs que nous qualifierons pour simplifier de "territoriaux", même si cette expression apparaît vague et trop réductrice, tant la diversité de ces interlocuteurs est grande. Cette diversité a nécessité une réflexion préalable quant au choix des acteurs à solliciter. Du fait de notre entrée par la sphère privée, il n'était pas question de nous appuyer sur des échelles

---

<sup>111</sup> En Economie Industrielle, cette approche stratégique est notamment développée par M. Porter, qui identifie trois grandes formes de stratégies : domination par les coûts, différenciation et spécialisation sur un segment de marché (Porter, 1990). Une application de cette approche aux filières AOC nous est donnée par C. Fourcade-Pornet, qui à propos de l'interprofession roquefortaise propose la notion de "monopole bilatéral" pour caractériser l'intérêt convergent entre les producteurs de lait et les industriels (Fourcade-Pornet, 1975).

<sup>112</sup> Parmi les auteurs, on peut citer L. Boltanski et L. Thévenot, qui dans "Les économies de la grandeur" (1987) analysent les stratégies en termes de justification et identifient des "cités" fondées sur des valeurs spécifiques : cité marchande (principe de concurrence), industrielle (utilité, efficacité), domestique (hiérarchie, respect de la tradition), civique (intérêt collectif), inspiration (créativité) et renom (image de marque). En principe, la combinaison de ces différentes cités permet de rendre compte de n'importe quelle réalité. Voir également les travaux de R. Salais et M. Storper, qui proposent quant à eux la notion de "monde de production" (1993).

spatiales préalables, administratives ou autres, mais sur le(s) territoire(s) d'action de la filière. C'est donc à partir des entretiens réalisés auprès des professionnels AOC qu'ont été sélectionnés les acteurs dits territoriaux. Au travers de l'analyse des pratiques et des représentations, il a en effet été possible de faire émerger des échelles pertinentes, et donc des interlocuteurs et organismes susceptibles d'être intéressants pour inscrire la recherche dans une perspective territoriale. Afin de clarifier l'hétérogénéité des acteurs, une hiérarchie a été réalisée, sur la base des approches théoriques du développement territorial échafaudées dans le chapitre précédent. Les approches en termes de spécification de ressources productives et de coordination en vue de la construction d'un panier de biens nécessitent en effet de mobiliser des types d'acteurs bien distincts, synthétisés dans le tableau suivant.

**Tableau 5 : les entretiens auprès des acteurs "territoriaux"**

<b>Approche théorique du développement territorial</b>	<b>Types d'acteurs à mobiliser</b>	<b>Territoire</b>	<b>Processus de développement</b>
"Spécification de ressources"	Fournisseurs, sous-traitants, prestataires de services, acteurs de la R&D	Tissu productif	Emergence d'un pôle de services et compétences
"Panier de biens"	Elus locaux, agents de développement, professionnels du tourisme, associations	Construction sociale fondée sur des pratiques et des représentations	Coordination plurisectorielle / offre touristique cohérente

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

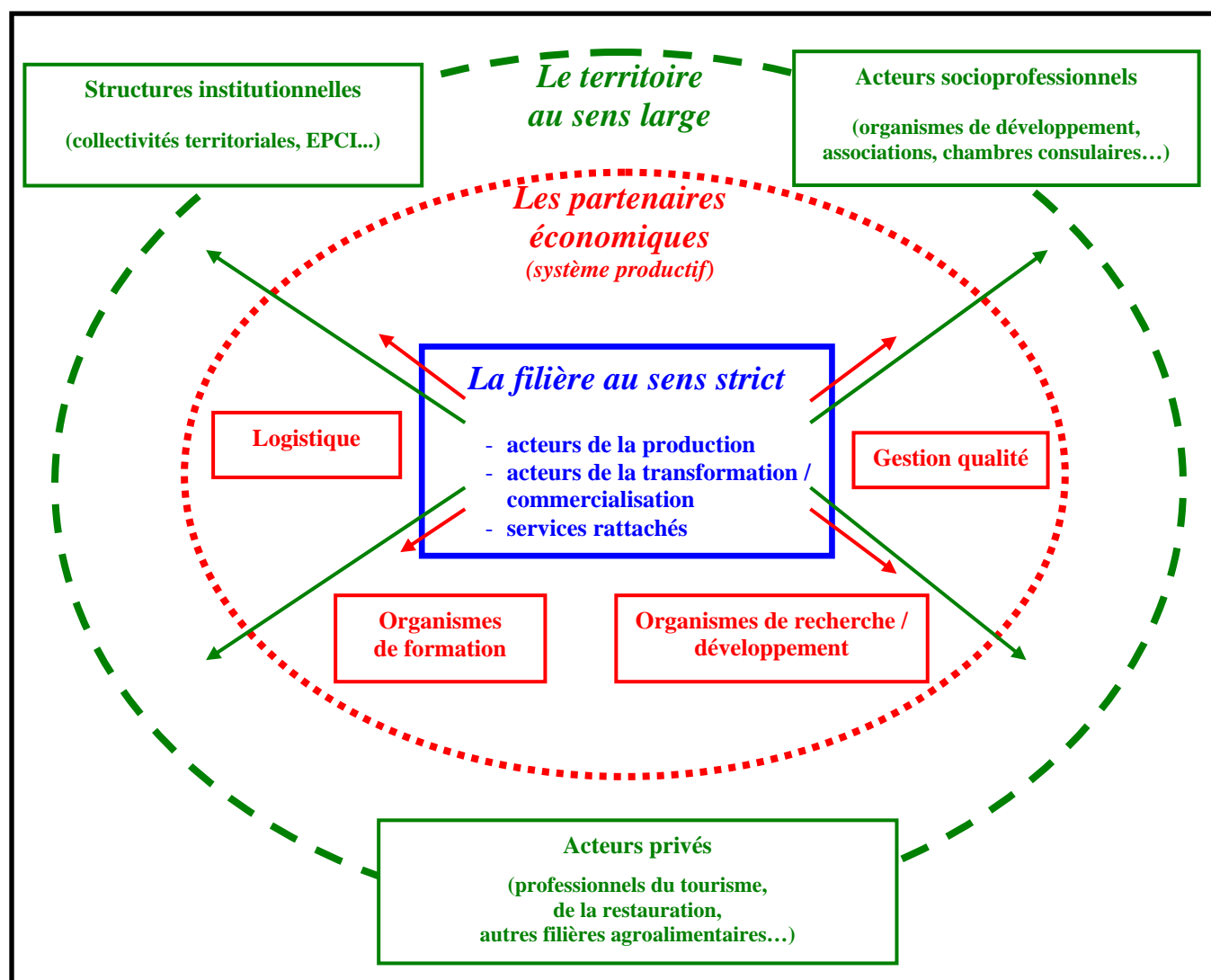
Cette distinction arbitraire est discutable, dans la mesure où la limite entre les deux types d'acteurs peut apparaître relativement ténue. Toutefois, elle a l'avantage de mettre en évidence deux éclairages du développement territorial, qui renvoient à des logiques différentes. Tels qu'ils sont appréhendés, ces deux types d'acteurs méritent une explicitation.

Le premier groupe rassemble ce que nous appelons les "partenaires économiques" de la filière. Ils sont désignés ainsi car ils sont impliqués de manière plus ou moins directe dans l'activité productive, sans pour autant appartenir au syndicat. Ces acteurs assurent en fait un certain nombre de charges dont la filière a besoin pour assurer son fonctionnement. Les producteurs de lait ont par exemple des besoins en termes d'appui technique (insémination artificielle, contrôle laitier, formation) ou d'intrants (matériel agricole pour la traite, aliments pour animaux...). L'activité de transformation requiert quant à elle des compétences variées, parmi lesquelles le transport, l'appui technique, la recherche, l'embauche ou encore la communication. Ces acteurs renvoient ici à un territoire pensé en termes de "tissu économique". A travers la réalisation d'entretiens auprès de ces partenaires, il s'agit d'évaluer la place de l'AOC dans le processus de construction de ressources productives spécifiques. Le deuxième groupe fait quant à lui référence à des acteurs de nature plus diversifiée, étant donné qu'ils relèvent des sphères politiques, sociales et économiques. Du fait de leur statut, ces acteurs sont susceptibles d'intervenir dans les mêmes domaines que la filière AOC (développement agricole et rural, promotion touristique...). Lorsqu'elles existent, les relations sont également plus complexes, elles peuvent prendre la forme de coopérations ou de partenariats, plus ou moins formalisés. Trois sous-ensembles peuvent ainsi être distingués :

- les acteurs institutionnels : élus locaux (communes, structures intercommunales, départements, régions), agents de développement,
- les acteurs socioprofessionnels (chambres consulaires),
- les autres acteurs économiques, intervenant dans divers secteurs (tourisme...).

La perspective est plus large que le seul aspect productif, puisqu'il est fait référence à l'ensemble des dimensions du territoire. Le processus de développement est fondé sur la recherche de convergences entre ces différentes logiques, en vue de la construction d'une offre touristique apte à qualifier le territoire. Les entretiens doivent nous permettre d'apprécier le rôle joué par l'AOC. Ainsi, à travers l'identification progressive de ces différents types d'acteurs, notre démarche est basée sur une posture compréhensive, dans laquelle les informations qui émergent du discours des acteurs AOC servent de référence dans le choix des autres acteurs à enquêter. Le sociologue J.-C. Kaufmann postule que *"les hommes ne sont pas de simples agents porteurs de structures mais des producteurs actifs du social, donc des dépositaires d'un savoir important qu'il s'agit de saisir de l'intérieur, par le biais du système de valeurs des individus (...). Les faits humains ou sociaux sont des faits porteurs de significations véhiculées par des acteurs, parties prenantes d'une situation inter-humaine"* (Kaufmann, 1996, p. 23 et 29). Le principe défendu par l'auteur, à savoir de partir du terrain pour mettre en évidence les processus sociaux, s'est appliqué à notre recherche. Les territoires ainsi identifiés sont donc d'abord ceux de la filière. Même si elle est souvent vérifiée, leur adéquation avec le maillage administratif relève d'une incidence, et non d'une volonté du chercheur. Les différents niveaux d'analyse préfigurent le travail d'identification des acteurs à partir d'une filière AOC. Les pointillés indiquent le caractère flou des différentes limites.

Schéma 3 : les territoires de la filière – dispositif méthodologique



Réalisé par J. Frayssignes, 2002.

### **3. Les guides d'entretien pour recueillir le discours : reconstruction de trajectoires monographiques et réalisation d'approches comparatives**

La population constituée par les différents types d'interlocuteurs identifiés dans la section précédente est donc loin d'être homogène, et nécessite de ce fait l'élaboration de guides d'entretiens spécifiques à chaque catégorie. Ces guides demeurent malgré tout fondés sur une trame similaire, qui comporte de manière récurrente les thèmes suivants :

- la trajectoire personnelle, professionnelle et éventuellement territoriale de l'interlocuteur, et de la structure dont il relève (organisme, entreprise, exploitation...),
- la nature de l'activité, les caractéristiques actuelles de la structure évoquée ci-dessus,
- liens avec les autres acteurs (issus de la même sphère ou d'une autre),
- les représentations du ou des territoires jugés pertinents,
- les enjeux forts (locaux, régionaux, nationaux...) auxquels l'acteur est confronté.

Sur cette base, l'objectif des guides d'entretien est double. Il s'agit d'une part d'appréhender les objets (filière, territoire) pour eux-mêmes, puis dans leur interaction les uns avec les autres, et d'autre part de saisir les processus à l'œuvre (spécification de ressources, construction de paniers de biens, formes de gouvernance) et la place des AOC dans des processus. La compréhension des dynamiques inhérentes à la filière passe ainsi par une approche historique du produit (évolution de l'activité agricole locale) et de la démarche AOC (acteurs à l'origine, objectifs, évolution). Il s'agit ensuite d'appréhender la filière sous différents éclairages, chacun révélant un aspect particulier de l'objet de recherche :

- l'organisation institutionnelle : structuration des acteurs, règles de fonctionnement,
- le fonctionnement du syndicat : élaboration du cahier des charges, liens avec l'INAO,
- la structure productive : acteurs impliqués, importance économique,
- la dynamique stratégique : relations entre les acteurs, rapports de force, conflits...

En ce qui concerne la compréhension des dynamiques territoriales, le but des entretiens est de faire apparaître les processus inhérents à l'ancrage, à savoir la combinaison des logiques présidant à la construction territoriale d'une part, et les phénomènes d'imprégnation d'autre part. La mobilisation de ces différentes dimensions n'a pas prétention à l'exhaustivité, notre posture compréhensive a seulement pour ambition d'explicitier les dynamiques mises en évidence en premier lieu par les entretiens menés avec les acteurs de la filière. Cette phase de compréhension est un préalable à la caractérisation des dynamiques de développement, étant donné qu'elle préfigure les éléments de contexte dans lesquels se déroulent ces dynamiques. L'approche en termes de spécification de ressources doit ainsi nous amener à décrypter la trajectoire du système productif dans lequel est inscrite l'AOC. Les entretiens sont donc à mener auprès des interlocuteurs compétents, ceci afin de faire apparaître les liens tissés avec les acteurs des filières. L'approche en termes de coordination nécessite quant à elle de mobiliser les autres types d'acteurs, dans le but de mettre en lumière les formes de gouvernance à l'origine de l'émergence éventuelle de paniers de biens.

L'ensemble de ces dynamiques à l'œuvre à l'échelle locale ou régionale doit bien entendu être replacée dans une perspective plus large. Il est donc nécessaire d'intégrer également les enjeux nationaux, voire internationaux, dans lesquels évoluent les filières AOC d'une part (révision des cahiers des charges, réglementations, contexte commercial...) et les territoires d'autre part (politiques publiques, évolutions démographiques, demande

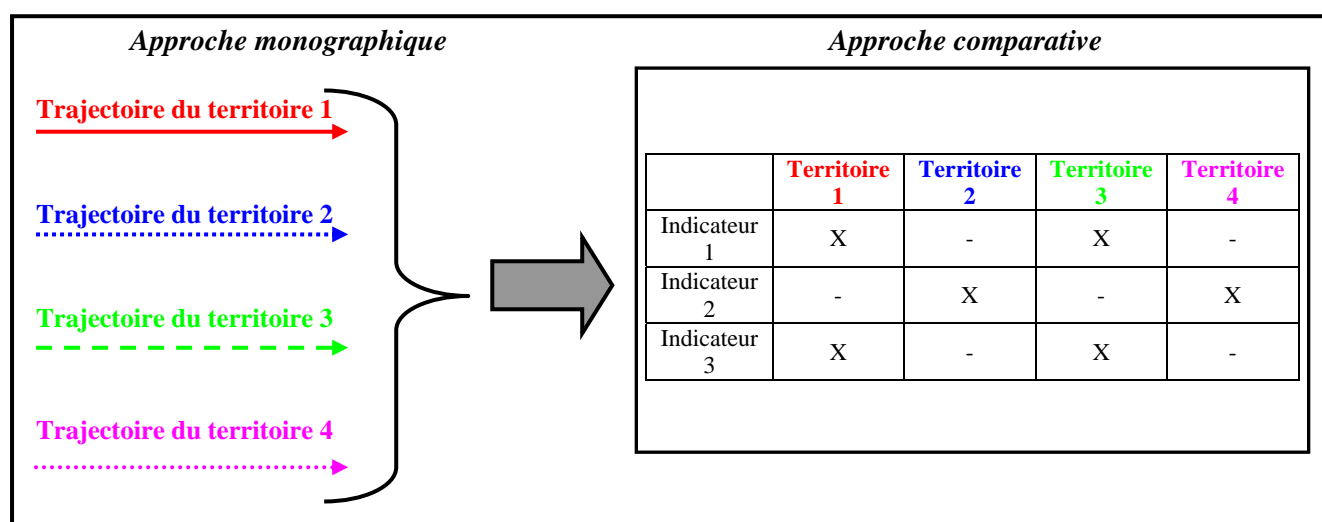


touristique...). Plusieurs guides d'entretiens ont donc été réalisés<sup>113</sup>, chacun étant dédié à un type d'acteur. Ces guides sont consultables en annexe 1 :

- responsable de syndicat AOC, de service rattaché,
- acteur de la production (producteur de lait / fermier),
- acteur de la transformation (fromager, affineur, producteur fermier),
- partenaire économique de la filière (fournisseur, prestataire de services),
- acteur institutionnel (élu, agent de développement),
- acteur socioprofessionnel (technicien de chambre consulaire...),
- autre acteur privé (professionnel du tourisme...).

Les informations collectées à l'aide de ces guides constituent le matériau élémentaire de notre recherche. Elles ont été synthétisées sous deux formes principales. D'une part, des analyses à caractère monographiques ont permis une explication des trajectoires des différents territoires d'étude, aux échelles jugées pertinentes. D'autre part, des analyses comparatives tirées des monographies ont été réalisées, conduisant à la construction d'indicateurs devant rendre compte des processus de développement (schéma ci-dessous).

**Schéma 4 : le traitement des entretiens semi-directifs**



Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

Le dispositif méthodologique échaudé dans cette première partie a donc vocation à répondre à la question de recherche. Afin de concrétiser cette réflexion, il convient maintenant de s'arrêter un instant sur les critères qui ont présidé au choix des terrains d'étude.

<sup>113</sup> Une première version de ces guides a été testée dans le cadre d'une phase exploratoire. Des retouches ont ainsi pu être apportées avant la phase de terrain proprement dite.

## **II. Les terrains d'étude : un choix articulé entre la filière et le "pôle AOC"**

Le choix des espaces où se déroulent les investigations est une étape fondamentale de notre démarche. Le contexte institutionnel dans lequel se déroule notre recherche<sup>114</sup> nous a permis de donner une perspective nationale au travail, et de sélectionner ainsi des terrains situés dans différentes régions françaises, caractérisés par la présence d'une ou plusieurs AOC fromagères. Les entretiens préliminaires réalisés ont été pour nous l'occasion d'évaluer la pertinence de la filière d'appellation comme unité de base dans la réflexion. Il est en effet très vite apparu que l'analyse d'un système AOC donné nécessitait fréquemment d'élargir la perspective à d'autres filières et à un ensemble laitier et fromager plus vaste. Fondamentale en Géographie, la question de l'échelle s'est donc également posée pour notre recherche, et nous a conduit à opter pour une approche un peu différente, fondée sur un ensemble de filières AOC localisées dans une même région, également défini sous le terme de "pôle AOC". En premier lieu, il s'agit donc de présenter et de justifier les critères sur lesquels nous nous sommes appuyé pour sélectionner ces "pôles AOC". Puis, dans un deuxième temps, l'explicitation de cette notion a permis d'introduire notre première hypothèse, fondée sur la non pertinence de l'aire AOC comme échelle d'observation des processus de développement.

### **1. Les critères qui président au choix : la recherche de diversité**

Notre entrée par les acteurs privés nous a amené à privilégier comme angle d'attaque non pas des espaces géographiques, mais des organisations productives. Ce sont donc en premier lieu les filières qui sont à l'origine du choix des terrains d'étude, et non l'inverse. Du fait de l'extrême hétérogénéité des 42 AOC fromagères françaises qui constituent notre "population", le choix des filières à étudier ne se prêtait pas à la réalisation d'un échantillon représentatif. Nous avons donc opté pour une recherche de diversité, notre travail ayant vocation à s'appliquer à d'autres systèmes productifs bénéficiant d'une AOC, voire d'un autre signe de qualité. Cinq critères principaux ont ainsi été identifiés :

- le type de produit,
- la taille de la filière,
- l'ancienneté de l'appellation,
- la structure productive de la filière,
- le contexte géographique correspondant.

Le type de produit constitue le premier critère d'importance dans la mesure où il conditionne les différentes étapes de fabrication du fromage (production, collecte, affinage, commercialisation), et de ce fait la dynamique de la filière dans son ensemble. Les deux indicateurs à prendre en compte sont donc la matière première (lait de vache, de chèvre ou de brebis) et la technologie employée (pâte molle, pressée cuite ou non cuite, persillée...). La taille de la filière fait quant à elle référence à des données quantitatives, telles que le litrage collecté, le tonnage fabriqué ou le nombre d'emplois concernés. Le chapitre 1 a en effet montré que des systèmes d'envergure tels que le Comté ou le Roquefort (plusieurs dizaines de milliers de tonnes) avaient peu à voir avec des micro-filières de type Banon ou Valençay (moins de 100 tonnes). La taille joue donc un rôle significatif dans les dynamiques à l'œuvre, et mérite donc d'être prise en compte. De la même façon, une AOC née dans les années 1930

---

<sup>114</sup> Thèse financée dans le cadre d'une Convention Industrielle de Formation par la Recherche (CIFRE).

sera totalement différente d'une AOC née au cours des années 1990, ceci pour une multitude de raisons (vécu des acteurs, structuration institutionnelle, notoriété du produit, obtention administrative, judiciaire ou sous l'égide de l'INAO, enjeux de développement, contexte commercial...). C'est pourquoi l'ancienneté de l'AOC est le troisième critère à considérer.

Critère le plus important selon nous, la structure productive de la filière renvoie à la nature des acteurs impliqués, tant en amont qu'en aval. Ces différents statuts vont en effet jouer un rôle majeur dans le fonctionnement de la filière (rapports de force), ainsi que dans son inscription dans les dynamiques de développement. La présence de groupes industriels d'envergure nationale présente en outre un intérêt supplémentaire dans la mesure où leur rapport à l'espace apparaît souvent spécifique, cet intérêt est renforcé par le fait qu'un même industriel peut être présent dans différentes zones d'étude, avec des comportements éventuellement distincts. Enfin, la structure productive dépend également du nombre d'acteurs impliqués qui, lorsqu'il est élevé, accroît d'autant la complexité de la filière. En dernier lieu, nous avons jugé pertinent d'inclure à la réflexion un critère relatif au territoire. L'approche en termes d'ancrage doit en effet montrer que le fonctionnement des filières dépend en partie des enjeux économiques et politiques du territoire dans lequel elle est inscrite. Les préoccupations liées aux dynamiques de développement (démographie, activité économique, dynamique foncière...) méritent donc une attention particulière. Du point de vue des acteurs, les expressions d'AOC "de plaine", "de montagne" ou "de région difficile" sont ainsi fréquemment employées pour désigner des contraintes agricoles spécifiques. C'est donc à partir de ces cinq critères que les filières AOC ont été sélectionnées. La recherche de diversité a donc consisté à choisir des produits remplissant ces conditions.

**Tableau 6 : le choix des terrains d'étude – la recherche de diversité**

Critère de choix	Exigence de diversité
Type de produit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les trois matières premières représentées (vache, chèvre, brebis)</li> <li>- les principales technologies (pâtes molles, pressées, persillées...)</li> </ul>
Taille de la filière	<ul style="list-style-type: none"> <li>- des filières de taille significative parmi les plus importantes</li> <li>- des "micro-filières"</li> <li>- des situations intermédiaires</li> </ul>
Ancienneté de l'appellation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- des AOC anciennes et structurées</li> <li>- des AOC récentes en cours de structuration</li> </ul>
Structure productive de la filière	<ul style="list-style-type: none"> <li>- une production fermière significative sur plusieurs filières</li> <li>- la présence de groupes industriels</li> <li>- la présence simultanée d'entreprises privées et coopératives</li> </ul>
Contexte géographique	des contextes différenciés (plaine, montagne et région difficile)

Réalisé par J. Frayssignes, 2002.

Les premiers entretiens exploratoires, de même que les premières recherches bibliographiques relatives aux différentes appellations fromagères, ont malgré tout rendu nécessaire l'intégration d'un principe supplémentaire à cette méthode de sélection. La notion de "pôle AOC" est ainsi venue remédier à un certain nombre de difficultés méthodologiques.

## **2. Le pôle AOC comme première hypothèse de recherche, l'identification des quatre zones d'étude**

Les premiers entretiens ont en effet révélé des structures de filières beaucoup plus complexe qu'il n'y paraissait au premier abord. Ainsi, de très nombreux acteurs de la transformation sont par exemple présents de manière simultanée dans plusieurs AOC, et produisent ces différents fromages, parfois dans le même site de fabrication. Cette situation se retrouve dans toutes les régions fromagères où l'on constate des chevauchements de zones d'appellation (Massif Central, Normandie, Savoie, Jura, Centre...). De ce fait, la compréhension de certaines filières ne peut se faire sans une vision plus régionale. Il est par exemple impossible de saisir les dynamiques qui sous-tendent l'évolution d'AOC telles que l'Abondance ou le Pont-l'Évêque, sans appréhender respectivement les filières Reblochon et Camembert de Normandie, qui regroupent les mêmes acteurs, tout comme il est nécessaire d'envisager plus largement la production fromagère de Savoie et de Basse-Normandie. Nous avons également fait le constat que certaines filières AOC d'une même région avaient mis en place une stratégie commune permettant de regrouper un certain nombre de moyens (gestion, recherche, promotion...), comme par exemple en Normandie, dans les Savoies ou le Massif Central. Enfin, il est apparu qu'au sein d'une filière donnée, le fromage AOC était très souvent loin d'être le seul débouché de production laitière. Le recours à des stratégies de diversification est quasi-automatique, et même nécessaire. A titre d'exemple, l'expression de "filière Roquefort" désigne en fait un ensemble de produits, au sein desquels le produit AOC ne représente qu'un peu plus de 50 % des transformations, le reste du lait étant transformé en Feta, en pâtes pressées, en différentes spécialités locales (Pérail) ou bien vendu en l'état. Sans remettre en cause l'entrée par la filière AOC, ces différents constats ont malgré tout rendu nécessaire une approche plus large du problème. Les entretiens ont montré que les filières AOC pouvaient être regroupées dans ce que nous appelons des "pôles AOC", caractérisés par des structures productives entremêlées et des formes de coopération plus ou moins abouties.

L'idée de pôle n'est pas totalement absente des travaux relatifs aux fromages, ainsi, C. Delfosse identifie un certain nombre de pôles fromagers (Roquefort, Charente, Camembert, Meuse, fruitières de l'Est Central), issus d'un processus de spécialisation régionale, amorcé dès les années 1880 (Delfosse, 1992). Bien que relativement éloignée, la notion de pôle AOC telle que nous la définissons relève au départ de ces mêmes processus historiques. Dans cette perspective, le pôle AOC désigne un ensemble de filières d'appellation situées dans une même région, caractérisées par une certaine proximité, tant du point de vue de la structure de ces filières (acteurs communs) que des préoccupations (mise en place de coopérations).

Sans en faire un concept à part entière, nous mobilisons le pôle AOC comme une échelle d'observation complémentaire. Il ne s'agit pas de postuler a priori son existence, mais de le confronter à la réalité. Outre l'enchevêtrement des structures productives et la mise en commun de fonction, un autre critère permet d'identifier un pôle AOC, celui de la fréquence des relations entre les acteurs de plusieurs filières AOC, contribuant à l'émergence d'un nouvel horizon stratégique. Enfin, la notion de pôle AOC est au fondement même de notre première hypothèse de recherche : dans l'observation de ces processus, l'aire d'appellation n'apparaît pas comme un cadre d'analyse pertinent, du moins, l'utilisation de ce seul critère est insuffisante. La mobilisation du pôle comme grille d'analyse implique en effet que des processus de construction de ressources et des coordinations soient observables à une échelle plus large. La confrontation de cette grille avec la réalité du terrain devra permettre de confirmer ou d'infirmer cette hypothèse. C'est donc à travers cette perspective multiscalaire et sur la base des critères énoncés plus haut que quatre régions d'étude ont été sélectionnées.

**Tableau 7 : les quatre terrains d'étude de la recherche**

Intitulé du pôle AOC	Filières AOC concernées
"Basse-Normandie"	Camembert de Normandie, Pont-l'Evêque et Livarot
"Centre"	Crottin de Chavignol, Sainte-Maure de Touraine, Selles sur Cher, Pouligny Saint-Pierre et Valençay
"Sud-Aveyron"	Roquefort (Pérail de brebis en demande d'appellation)
"Savoies"	Reblochon, Beaufort, Abondance, Tome des Bauges et Chevrotin.

Réalisé par J. Frayssignes, 2002.

Ce choix mérite ici quelques éléments de justification, tant au niveau des intitulés des pôles que des filières AOC qui s'y raccrochent. Le pôle "Basse-Normandie" apparaît relativement bien identifié, il est notamment porté par un fromage à la notoriété mondiale – le Camembert de Normandie – qui relève du patrimoine national, selon l'expression de P. Boisard (1996), en dépit de ses liens ambigus avec le Camembert fabriqué en Normandie et le camembert générique. Ce pôle est inséré dans une des plus importantes régions laitières françaises. L'intérêt de la Basse-Normandie réside également dans la présence forte et ancienne d'acteurs industriels, qui ont influencé la trajectoire du bassin laitier. Actuellement en cours de révision, les aires AOC Camembert de Normandie et Pont-l'Evêque correspondent très exactement aux limites des deux régions administratives normandes, le Pont-l'Evêque englobant même la Mayenne (Pays de Loire). Localisée en Haute-Normandie, l'AOC Neufchâtel (Pays de Bray, à l'est de la Seine-Maritime) semblait a priori compléter ce pôle AOC centré sur les pâtes molles. Tous ces arguments semblaient donc aller en faveur d'un pôle "Normandie" composé de quatre filières. L'application des critères de définition du pôle AOC au contexte normand nous a néanmoins amené à exclure le Neufchâtel. D'une part, son éloignement géographique – perçu comme tel par les acteurs – est renforcé par la procédure en cours de révision des zones Camembert de Normandie et Pont-l'Evêque, qui devrait exclure la majorité des communes de Haute-Normandie. Ensuite, les structures productives des filières apparaissent relativement distinctes, malgré un certain rapprochement au cours des dernières années. La forte proportion de producteurs fermiers de Neufchâtel contraste d'ailleurs avec les filières bas-normandes, dominées par la collecte laitière. Enfin, en dépit de quelques actions menées en commun au niveau de la promotion, les trois AOC de Basse-Normandie relèvent d'une dynamique organisationnelle distincte (grille de paiement du lait commune). Notons que les acteurs du Neufchâtel semblent animés d'une volonté de rester autonomes vis-à-vis des filières de Basse-Normandie, craignant un renforcement du processus d'industrialisation de la production. C'est donc pour l'ensemble de ces raisons que seulement trois AOC ont été retenues dans le cadre d'un pôle baptisé de ce fait "Basse-Normandie".

Le pôle "Centre" présente deux particularités majeures : il s'agit d'une part de la principale région française de fabrication de fromages AOC à base de lait de chèvre, et d'autre part, l'activité fermière y est encore largement représentée, ce qui la différencie de la Région Poitou-Charentes voisine, première région productrice de lait de chèvre, davantage orientée vers l'industrie. En outre, dans les nombreux travaux consacrés aux fromages, cette région a été relativement peu étudiée, ce qui justifie d'autant plus son intégration à notre recherche. Caractérisées par des structures de production relativement voisines et une certaine coopération, les cinq AOC semblent justifier la dénomination de pôle. L'AOC Chabichou du

Poitou (Vienne et Deux-Sèvres) n'a pas été retenue car elle relève d'une problématique différente. Le terme "Centre" donne une image assez juste de l'inscription spatiale des cinq appellations, même si nous verrons que cette dénomination est problématique.

De par son ancienneté, son importance et sa structuration institutionnelle, le pôle "Sud-Aveyron" constitue l'archétype du pôle fromager, concentrant la plupart des fonctions productives au sein d'un organisme unique. Le type de matière première – lait de brebis – constitue une autre grande spécificité de ce pôle. Enfin, l'important poids économique de l'activité fromagère à l'échelle régionale justifie l'intérêt d'une recherche centrée sur le développement territorial. L'ensemble de ces particularités fait de Roquefort un pôle à part entière, dans lequel le projet "Pérail de brebis" vient se greffer. Totalement distinctes d'un point de vue organisationnel et productif, les AOC Bleu des Causses et Laguiole n'ont pas été retenues. Baptiser ce pôle s'est révélé un exercice extrêmement délicat, dans la mesure où aucun territoire ne permet de l'identifier clairement. Même s'il est loin d'être satisfaisant, le terme "Sud-Aveyron" s'est révélé le plus adéquat, en tant que cœur décisionnel du pôle AOC.

Enfin, le pôle "Savoies" (Rhône-Alpes) correspond à des AOC dites de montagne, et renvoie de ce fait à un contexte territorial différent, tant au niveau foncier que touristique. En partie du fait de la tradition coopérative, les filières sont insérées dans un bassin laitier qui a suivi une trajectoire en rupture avec l'évolution nationale. Les structures de production encore traditionnelles posent ainsi différemment la question du lien au terroir. Concrétisée à travers un important chevauchement de zones, ainsi qu'une forte coopération, la proximité entre les appellations savoyardes justifie là encore la qualification de pôle, dont les limites apparaissent relativement nettes (les deux départements savoyards), ce qui motive l'emploi du pluriel "Savoies", préféré à l'entité "Alpes du Nord", jugée trop vague.

Cette sélection a écarté de la recherche quelques régions fromagères d'envergure, aux premiers rangs desquelles figurent le Jura et le Massif Central. L'absence de ce dernier pôle a d'ailleurs fait l'objet d'observations de la part d'un certain nombre d'interlocuteurs, qui nous ont fait remarquer que les quatre territoires choisis se caractérisaient, toutes proportions gardées, par une bonne valorisation de la matière première, et qu'il eût été intéressant de s'intéresser au Massif Central, sorte de "contre-exemple" en la matière. Si le choix d'une région de montagne apparaissait nécessaire, les syndicats des Savoies avaient l'avantage de relever de la FNAOC, et donc d'un discours différent vis-à-vis de nombreuses thématiques (qualité, lien au terroir, place des producteurs...). Le fait d'opter pour le Massif Central aurait eu l'inconvénient de n'avoir dans l'échantillon que des pôles constitués de filières adhérentes à l'ANAOF<sup>115</sup>. Ainsi finalisé, le choix des terrains d'étude permet de répondre à l'ensemble des exigences évoquées plus haut. Les filières sélectionnées répondent à tous les critères de diversité, liés aux caractéristiques des systèmes productifs et à ceux des territoires.

---

<sup>115</sup> Le clivage idéologique entre l'ANAOF et la FNAOC, deux des instances représentatives des AOC fromagères, a été analysé dans le chapitre 1.

**Tableau 8 : les terrains d'étude et les critères de choix**

<b>Critère</b>	<b>Filières correspondantes dans l'échantillon</b>
<b>Trois matières premières représentées</b>	<u>Lait de vache</u> : Camembert de Normandie, Reblochon... <u>Lait de chèvre</u> : Crottin de Chavignol, Sainte-Maure de Touraine... <u>Lait de brebis</u> : Roquefort
<b>Principales technologies de transformation</b>	<u>Pâtes molles</u> : Camembert de Normandie, Pont-l'Evêque... <u>Pâtes pressées</u> : Beaufort, Abondance... <u>Pâtes persillées</u> : Roquefort
<b>Filières de taille significative</b>	Roquefort (18 800 t.), Reblochon (16 600 t.)
<b>"Micro-filières"</b>	Chevrotin (90 t.), Pouligny Saint-Pierre (290 t.)
<b>AOC anciennes et structurées</b>	Roquefort (1925), Beaufort (1968)
<b>AOC en cours de structuration</b>	Chevrotin, Tome des Bauges (2002)
<b>Production fermière significative</b>	Reblochon (25 %), Sainte-Maure de Touraine (40 %), Chevrotin (100 %)
<b>Présence de groupes industriels</b>	Roquefort, Camembert de Normandie, Reblochon (Lactalis)
<b>Présence simultanée d'entreprises privées et coopératives</b>	Reblochon, Beaufort, Sainte-Maure de Touraine
<b>Contextes territoriaux différenciés</b>	<u>AOC de plaine</u> : Camembert de Normandie, Crottin de Chavignol <u>AOC de montagne</u> : Reblochon, Beaufort <u>AOC de "région difficile"</u> : Roquefort

**Réalisé par J. Frayssignes, 2005.**

Réalisée à deux niveaux (filière AOC et pôle), la recherche de diversité a donc permis d'aboutir à quatre territoires d'étude, sur lesquels ont pu être mobilisés les différents guides d'entretien. Avant de passer à la phase de présentation des résultats proprement dits, il convient d'exposer brièvement les caractéristiques principales de chacun de ces pôles, et des filières AOC qui les composent, ceci à travers un certain nombre d'éclairages (historique, institutionnel, productif et cartographiques) mis en évidence à l'aide des guides d'entretiens. Outre sa vocation à "planter le décor", cette présentation entend également faire apparaître les enjeux qui se révèlent fondamentaux pour l'analyse des résultats.

### III. Les quatre pôles AOC : caractéristiques principales

La présentation des caractères inhérents à chaque terrain d'étude permet de faire apparaître les informations jugées essentielles, qui vont constituer le cadre dans lequel prendra place l'analyse des résultats proprement dite. Certains éléments rapidement évoqués ici seront donc plus largement développés dans les deux chapitres suivants, en fonction des besoins de la recherche et de l'angle d'attaque choisi. Pour permettre une lecture plus aisée, les quatre pôles ont été présentés selon une trame similaire comportant trois thématiques :

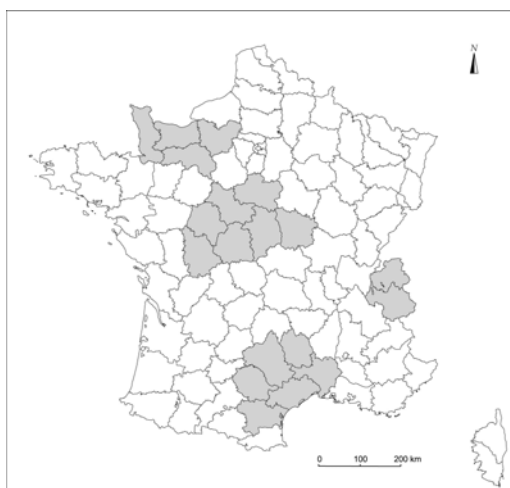
- les caractéristiques productives du pôle AOC (tonnages, structure des filières, acteurs),
- les dynamiques organisationnelles et institutionnelles inhérentes à ces pôles (organismes de gestion, degré de coopération, règles communes, autonomie...),
- les caractéristiques principales des filières constituant le pôle AOC, présentées notamment sous la forme d'un tableau synthétique.

L'extrême diversité des dynamiques inhérentes à chaque pôle et des contextes territoriaux qui y sont liés nous permettra d'introduire, au terme de cette partie, la deuxième hypothèse de recherche, portant sur la manière d'appréhender le développement territorial, porteur de nombreuses opportunités pour les filières.

#### 1. Le pôle "Basse-Normandie" : prégnance des industriels et structuration récente des filières AOC

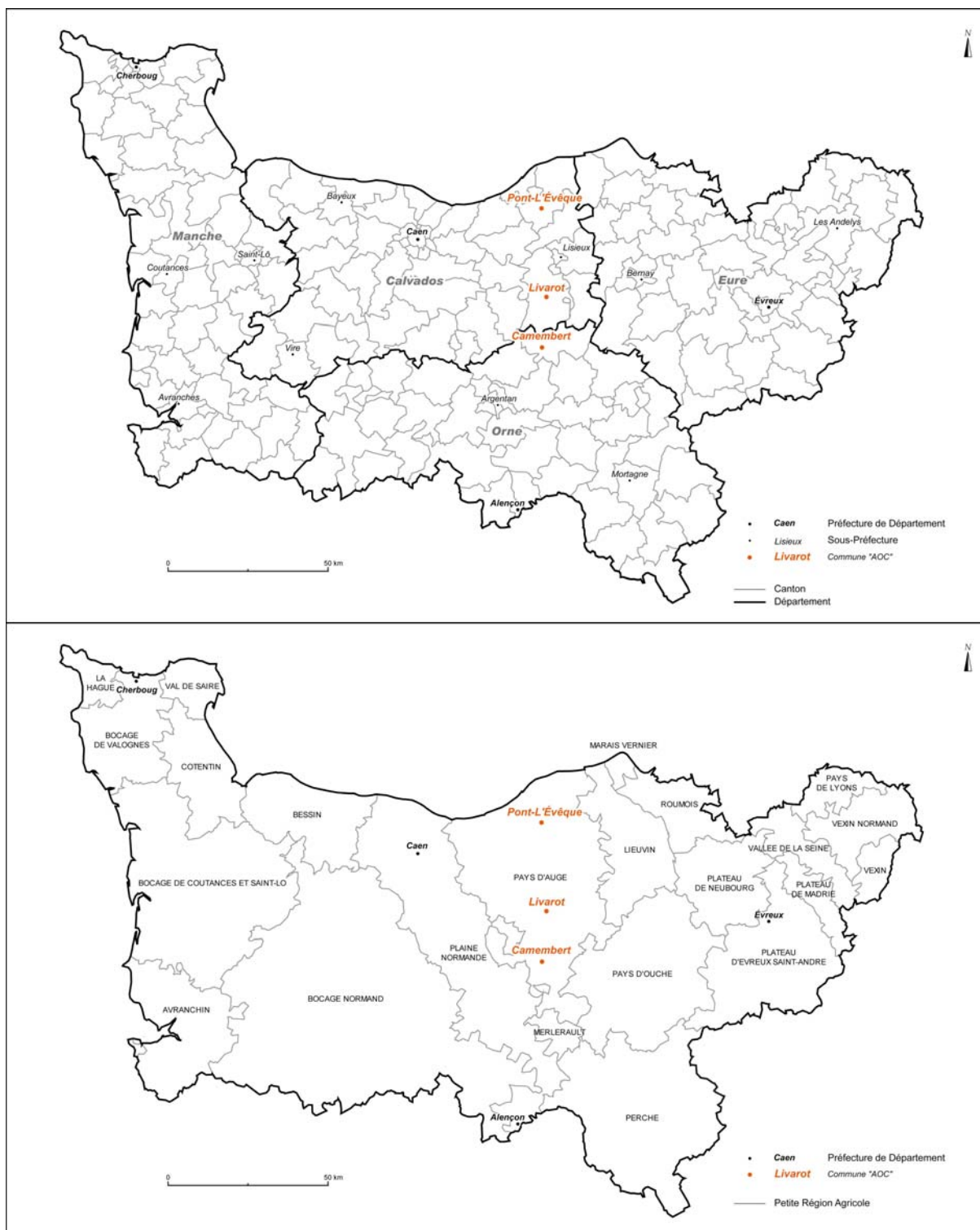
Marqué par la prépondérance des groupes industriels, le pôle AOC "Basse-Normandie" apparaît inséré dans une région laitière dense et fortement organisée, dans laquelle la structuration interprofessionnelle des AOC est récente et encore fragile<sup>116</sup>.

**Carte 1 : le pôle AOC "Basse-Normandie" – éléments de localisation  
(maillages administratifs et petites régions agricoles)**



<sup>116</sup> Durant toute la présentation des résultats de la deuxième partie, le lecteur est invité à se référer aux cartes de localisations qui sont exposées ici.





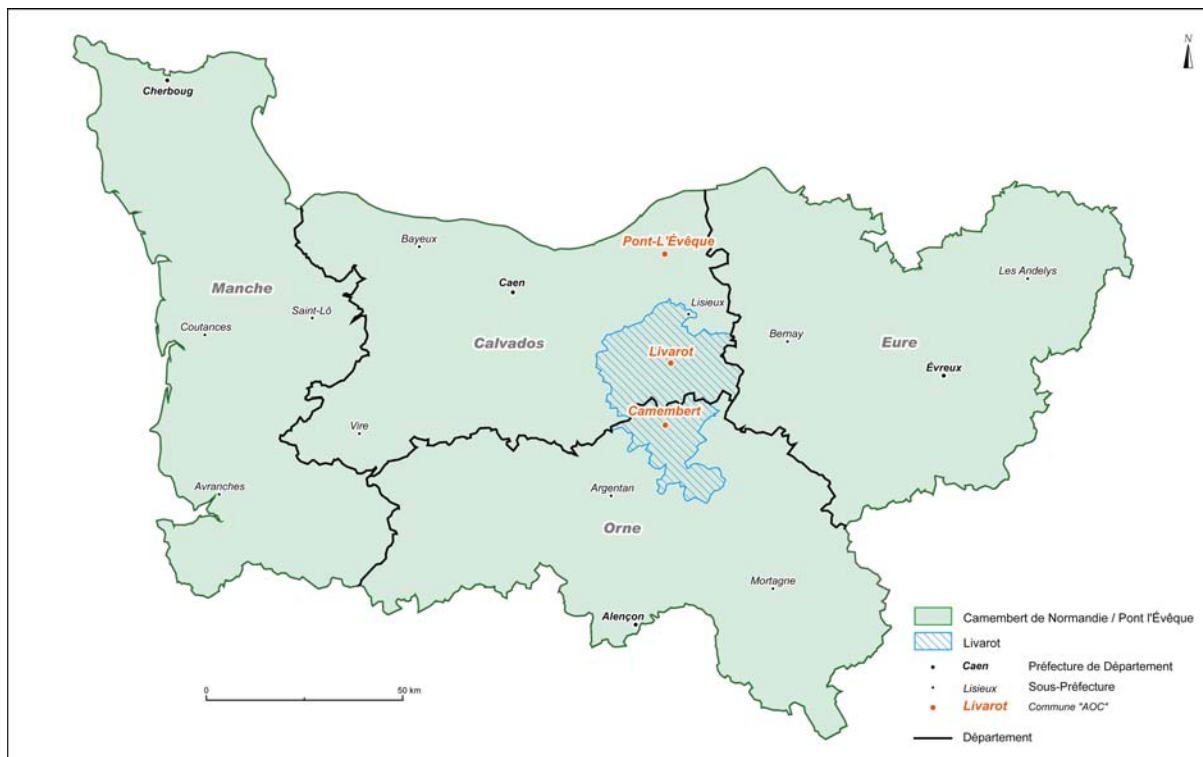
Source : RGA, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

## 1.1. Les dynamiques productives et institutionnelles

Composé des filières Camembert de Normandie, Pont-l'Évêque et Livarot, le pôle AOC Basse-Normandie est principalement localisé dans la région administrative du même nom, même si les aires des deux premiers produits cités s'étendent bien au-delà. L'AOC

Livarot apparaît en revanche beaucoup moins étendue (carte ci-dessous<sup>117</sup>). Les trois appellations représentaient en 2004 environ 17 300 tonnes de produits (+14,2 % par rapport à 1991), soit près de 9 % du tonnage AOC national. Cette hausse modérée vis-à-vis de la production d'appellation (+27 % sur la même période) se transforme en baisse sur les cinq dernières années (-2,7 % entre 2000 et 2004), ce qui est relativement cohérent avec le marché des pâtes molles en France, en perte de vitesse, notamment au profit des pâtes pressées.

**Carte 2 : les aires d'appellation du pôle AOC "Basse-Normandie"**



Source : INAO (2005), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

Si la fabrication fermière a été importante voilà une trentaine d'années, la production est aujourd'hui essentiellement laitière, les quelques producteurs fermiers qui subsistent représentent une part marginale du volume. La part du lait régional transformée en AOC est elle aussi toute relative : entre 10 et 15 % des litrages. La collecte est assurée par un nombre relativement restreint d'entreprises. Leader pour les produits AOC à l'échelle nationale, le groupe Lactalis l'est également au niveau du pôle Basse-Normandie. Il contrôle ainsi les deux principales marques de Camembert de Normandie – Lanquetot et Lepetit – qui représentent à elles deux un peu plus des deux tiers du tonnage total de l'appellation. Outre Lactalis, trois entreprises de dimension plus régionale émergent : les établissements Graindorge, également détenteurs d'un certain nombre de petites fromageries, l'entreprise Gillot (qui possède aussi la marque Réo) et Isigny Sainte-Mère, unique coopérative présente dans le pôle AOC, au demeurant principal intervenant des filières AOC beurre et crème d'Isigny.

La prégnance des groupes industriels est un facteur d'explication du caractère relativement léger des organismes qui assurent la gestion des filières AOC. Ainsi, seulement

<sup>117</sup> Dans les cartes qui suivent, le terme "commune AOC" désigne la commune portant le même nom que le fromage. En Basse-Normandie, les sièges des syndicats sont tous situés à Caen. A noter que pour une meilleure lisibilité, ne figurent sur ces cartes ni la Seine-Maritime (Haute-Normandie), ni la Mayenne (Pays de Loire), qui sont pour l'instant incluses dans les aires d'appellation Camembert de Normandie et Pont-l'Évêque.

deux syndicats d'appellation existent, pour deux salariés : le Syndicat Interprofessionnel de Défense du Camembert de Normandie, et le Syndicat Interprofessionnel de défense du Pont-l'Évêque et du Livarot, seul syndicat en France à gérer simultanément deux appellations fromagères<sup>118</sup>. À noter que ces deux structures ont la particularité d'être largement postérieures à l'obtention des différentes appellations. Cette situation s'explique par le fait que les trois AOC bas-normandes ont été obtenues par les transformateurs, dans un but de segmentation du marché, sans que les producteurs de lait aient joué un quelconque rôle. La création des deux syndicats interprofessionnels en 1997 est une conséquence indirecte de la reprise en main des AOC fromagères par l'INAO, qui ne souhaitait pas avoir uniquement des transformateurs comme interlocuteurs<sup>119</sup>.

L'accession à des structures interprofessionnelles a d'abord nécessité la mobilisation des producteurs de lait, jusque-là uniquement impliqués dans la production laitière générique à l'échelle régionale. C'est ainsi que sont progressivement nées au sein de chaque entreprise des associations de producteurs AOC, destinées à représenter l'amont de la filière. Ces associations se sont ensuite regroupées en une structure unique en 1996, l'Union des Associations de producteurs AOC, qui devient un an plus tard l'interlocuteur des fabricants au sein des deux syndicats interprofessionnels. Le premier travail des deux nouvelles structures a consisté en une négociation en vue d'aboutir à un accord au sujet de la qualité sanitaire du lait AOC et de ses modalités de paiement. En effet, jusqu'en 1997, aucune réglementation ne prévoyait une rémunération spécifique aux fromages d'appellation. Les producteurs concernés étaient considérés de la même façon que les autres et relevaient de l'interprofession régionale, le CIRLAIT (Centre Interprofessionnel Régional du Lait de Basse-Normandie), mis en place dès 1966. C'est donc dans le cadre de cette organisation que des primes spécifiques liées à l'absence des germes pathogènes présentant un danger pour les produits au lait cru<sup>120</sup> ont été instaurées, accompagnées d'une rémunération pour les troupeaux de race normande.

La structuration institutionnelle du pôle AOC bas-normand apparaît donc relativement récente. En dépit de leurs spécificités, le fonctionnement des filières d'appellation est totalement intégré à l'interprofession régionale. Ce nouvel échelon constitué par les syndicats interprofessionnels s'est malgré tout rapidement affirmé comme un horizon stratégique à part entière, puisque c'est dans ce cadre que se déroulent les négociations visant à réviser les cahiers des charges<sup>121</sup>. Une réflexion commune a également émergé à propos d'autres thématiques, parmi lesquelles la R&D et la promotion des fromages. À titre de conclusion, la relative légèreté des structures de gestion des filières confirme le rôle majeur joué par les entreprises individuelles dans la dynamique globale du pôle AOC. La structuration somme toute récente des producteurs est venue rééquilibrer cette situation. La nouvelle ère qui s'est ouverte à la fin des années 1990 a nécessité un apprentissage de part et d'autre, et tend à affirmer aujourd'hui un peu plus la spécificité des AOC au sein de l'interprofession régionale.

---

<sup>118</sup> Le secrétaire général des deux syndicats interprofessionnels est d'ailleurs employé par l'Union Normande des Industriels Laitiers, ce qui est un autre signe révélateur de l'influence des transformateurs.

<sup>119</sup> Jusqu'à cette date, la gestion des trois AOC était assurée par le Syndicat des Fabricants de Camembert de Normandie et le Syndicat des Fabricants de Pont-l'Évêque et de Livarot.

<sup>120</sup> *Listeria*, *staphylocoque*, *salmonelle* et *escherichia coli*.

<sup>121</sup> C'est d'ailleurs tout récemment (printemps 2005) que le CNPL a entériné les nouvelles conditions de production inhérentes au Camembert de Normandie, fondées sur un seuil minimal de race normande et une alimentation privilégiant le recours à l'herbe.

## 1.2. Les trois AOC constitutives du pôle "Basse-Normandie"

La présentation des informations relatives à chaque AOC donne une vue synthétique des composantes du pôle AOC bas-normand. Le tableau ci-dessous reprend ces informations.

**Tableau 9 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Basse-Normandie"**

Dénomination	Camembert de Normandie	Pont-l'Evêque	Livarot
Technologie	Pâte molle à croûte fleurie	Pâte molle à croûte lavée	Pâte molle à croûte lavée
Type de lait	Lait de vache	Lait de vache	Lait de vache
Localisation aire AOC	Régions Haute et Basse-Normandie	Régions Haute et Basse-Normandie, Mayenne	Une partie du Calvados et de l'Orne
Date d'obtention de l'AOC	31 août 1983	30 août 1972	17 décembre 1975
Tonnage 2004 (en t.)	12 747	3 231	1 343
Evolution brute 1991-2004	+ 2 597	- 496	+ 60
Evolution 1991-2004 (%)	+ 25,6 %	- 13,3 %	+ 4,7 %
Nbre de prod. de lait <sup>122</sup>	1 200	400	150
Nbre de prod. fermiers	1	4	2
Importance du tonnage fermier	ss <sup>123</sup>	2,2 %	ss
Nombre de transformateurs	10	9	4
Principaux acteurs	Lactalis, Isigny Sainte-Mère, Gillot SA	Graindorge, Lactalis	Graindorge
Organisme de gestion	Syndicat Interprofessionnel de Défense du Camembert de Normandie	Syndicat Interprofessionnel de Défense du Pont-l'Evêque et du Livarot	Syndicat Interprofessionnel de Défense du Pont-l'Evêque et du Livarot

Source : INAO, CNIEL, Syndicats AOC, 2004.

Les trois appellations fromagères bas-normandes relèvent toutes d'une technologie fondée sur les pâtes molles, caractérisées par des durées d'affinage de durée moyenne (entre un et deux mois selon les produits). Les évolutions des tonnages sont en revanche divergentes, la forte croissance du Camembert de Normandie au cours des quinze dernières années contraste avec le déclin inexorable du Pont-l'Evêque, le Livarot se caractérisant quant à lui par une relative stabilité. Notons tout de même que le Camembert de Normandie connaît une baisse depuis 2000 (-3,4 %). Ce fromage a comme principale spécificité de cohabiter avec des produits génériques portant le même nom, sans que l'origine normande apparaisse. Nous verrons dans le chapitre suivant que cette situation est lourde de conséquences du point de vue des dynamiques de développement. Au sein de la filière, il convient de noter le clivage qui existe entre les grandes entreprises, où le processus est largement automatisé (robot de moulage, conditionnement...) et des entreprises plus artisanales, pratiquant encore le moulage manuel, dans un souci de différenciation et de préservation de la tradition.

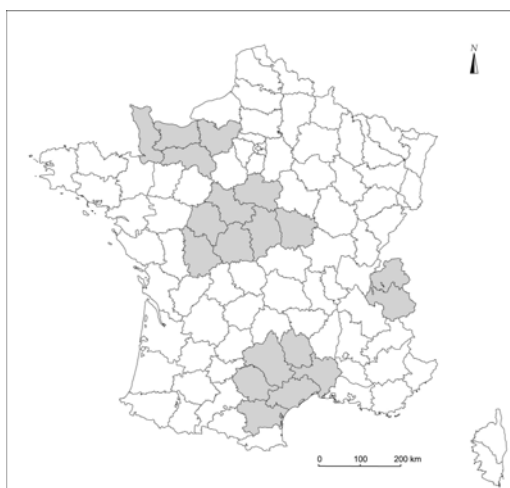
Le Pont-l'Evêque est l'une des quelques AOC françaises à connaître une évolution négative. Le manque de communication conjugué à une typicité insuffisante expliquent en partie cette situation. L'image vieillissante du produit constitue aujourd'hui un handicap, dont les répercussions sont visibles dans les coordinations sur le terrain. Beaucoup plus modeste, en tonnage comme en potentiel de production (aire AOC beaucoup moins vaste), le Livarot semble s'inscrire dans une perspective plus traditionnelle, comme en témoignent les

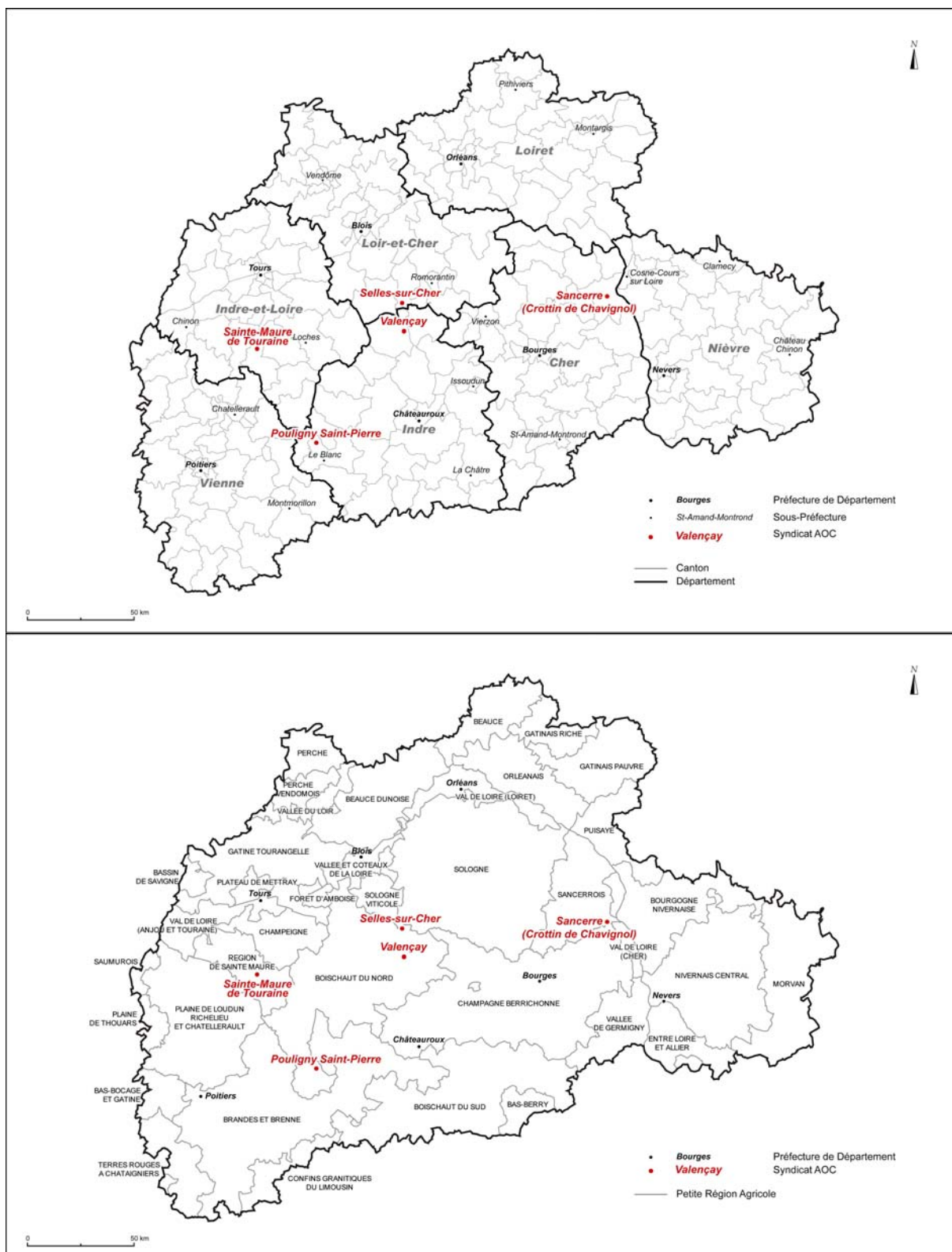
<sup>122</sup> Ces chiffres sont à considérer avec prudence dans la mesure où un même producteur peut voir son lait changer de destination en fonction des besoins des transformateurs.

<sup>123</sup> Secret statistique.

**2. Le pôle "Centre" : des filières relativement indépendantes, un faible degré de coopération**

**Carte 3 : le pôle AOC "Centre" – éléments de localisation  
(maillages administratifs et petites régions agricoles)**





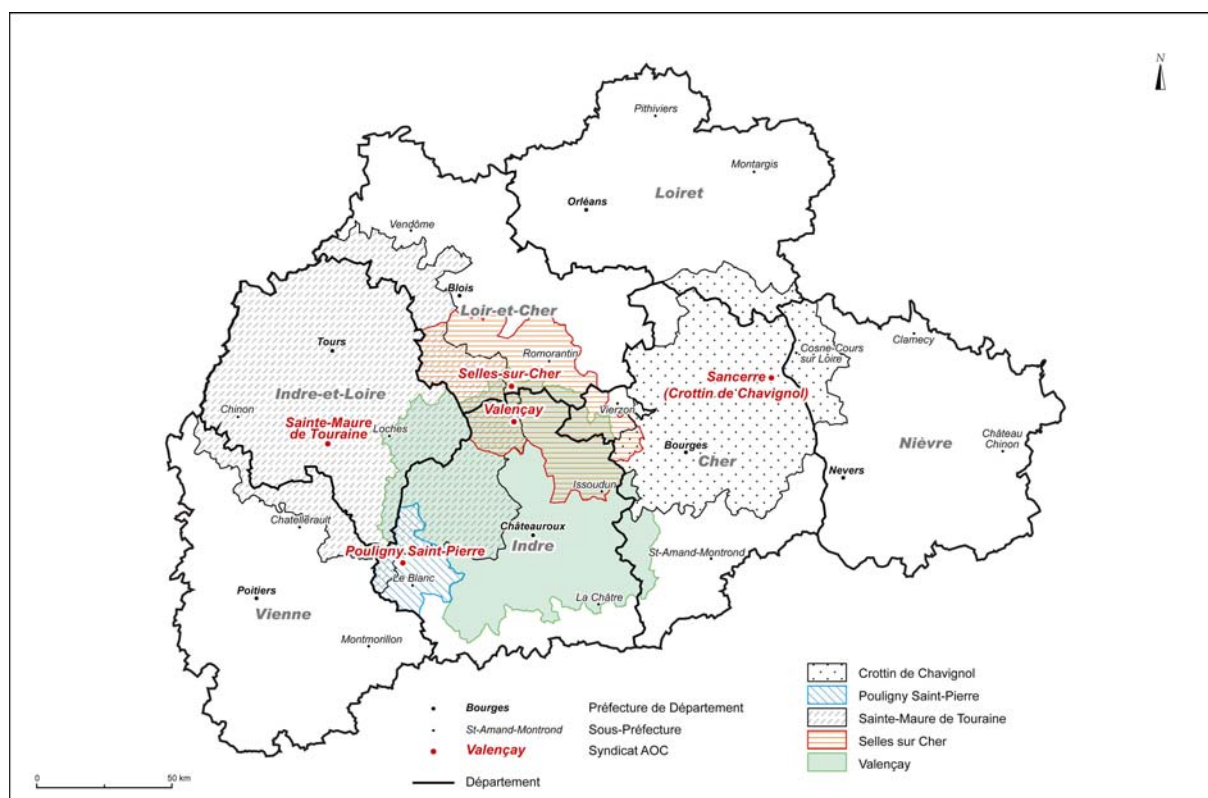
Source : RGA, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.



## 2.1. Les dynamiques productives et institutionnelles

Ce pôle est composé des cinq filières caprines localisées dans le Centre : Crottin de Chavignol, Sainte-Maure de Touraine, Selles sur Cher, Poulligny Saint-Pierre et Valençay. Les aires d'appellations sont majoritairement situées à l'intérieur de la région administrative, avec quelques extensions dans des départements voisins (Vienne, Nièvre). Les chevauchements de zone apparaissent relativement nombreux, comme le montre la carte ci-dessous.

**Carte 4 : les aires d'appellation du pôle AOC "Centre"**



Source : INAO (2005), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

Les entreprises et producteurs fermiers relevant du pôle AOC ont fabriqué en 2004 environ 3 600 tonnes de fromage, ce qui représente moins de 2 % du tonnage AOC total, mais en revanche près des deux tiers des fabrications caprines, qui se composent de onze appellations. Les fromages de chèvre sont la famille de produits qui a connu la plus forte progression depuis quinze ans. Avec un gain de plus de 40 % depuis 1991, le développement du pôle Centre est considérable<sup>124</sup>. Contrairement à la production caprine de Poitou-Charentes, le pôle se caractérise par des pratiques davantage traditionnelles, tant en amont qu'en aval, même si des contrastes importants existent d'une petite région à l'autre.

A l'origine, les produits du Centre étaient exclusivement fermiers. L'intérêt des laiteries privées et coopératives pour ces productions caprines a émergé dans les trente dernières années. Le pôle se caractérise aujourd'hui par une production fermière encore significative : environ 1 300 tonnes en 2004, soit près du tiers du volume total. Outre les producteurs individuels, certains affineurs ont un rayonnement régional, au premier rang desquels figurent les fromageries Hardy et Guillaumin, appartenant au groupe Triballat Noyal

<sup>124</sup> Sur la même période, les AOC caprines dans leur ensemble ont progressé de 130 %, avec il est vrai l'obtention de cinq nouvelles appellations.

(Bretagne). La collecte est assurée par un certain nombre d'entreprises privées et coopératives, au sein desquelles émergent deux groupes principaux : Triballat Rians, dont le site principal est basé dans la commune du même nom (Cher), et la coopérative Eurial Poitouaine (Tournon Saint-Martin et Poulligny Saint-Pierre, département de l'Indre), dont l'activité va bien entendu au-delà des produits AOC. Viennent ensuite plusieurs entreprises régionales caractérisées par une importante spécialisation dans les fromages d'appellation : la fromagerie Jacquin, la Cloche d'Or, la laiterie de Billy (privés) et la Coopérative de la Région Lochoise. A travers des stratégies différentes (rachat d'entreprises, négoce, liens avec des producteurs fermiers...), l'ensemble de ces intervenants possède la gamme complète des cinq appellations. A l'échelle régionale, la proportion de matière première destinée aux productions AOC est plus élevée qu'en Basse-Normandie, elle varie de 40 à 70 % d'une AOC à l'autre. Les fromages AOC du pôle Centre présentent la particularité de cohabiter avec des produits génériques aux formes similaires, laitiers ou fermiers, notamment par les mêmes intervenants que ceux des filières d'appellation. Ces produits ne bénéficient pas de l'AOC pour diverses raisons : durée d'affinage insuffisante, absence de volonté d'adhérer au syndicat, stratégie commerciale centrée sur la demande locale, pour qui la présence du signe n'est pas pertinente.

D'un point de vue institutionnel, l'enchevêtrement des filières n'a pas entraîné l'émergence d'un espace stratégique aussi abouti qu'en Basse-Normandie. Face à des problématiques relativement proches, et sur la demande des instances politiques régionales, les syndicats se sont regroupés en 1994 au sein de la FAOCC (Fédération des Appellations d'Origine Caprines du Centre). Outre la représentation des filières d'appellation, la FAOCC a seulement contribué à lancer un programme de promotion. Prises au niveau des syndicats, les décisions importantes (révision des cahiers des charges...) ne font pas l'objet d'une concertation à l'échelle régionale. Le poids de la fédération demeure donc très limité. Au départ créés par les producteurs fermiers et les affineurs, les syndicats sont aujourd'hui portés par les transformateurs laitiers, dont l'importance est croissante. Les procédures de révision des cahiers des charges ont récemment amené les producteurs de lait à s'impliquer dans les discussions, même si leur structuration n'est pas aussi aboutie qu'en Basse-Normandie. On constate ainsi un équilibre entre les familles professionnelles dans les négociations.

La prégnance des syndicats se double également d'une prégnance des entreprises privées et coopératives, qui se manifeste notamment à travers la fixation du prix du lait. Contrairement au lait de vache, il n'existe pas pour la production caprine de système de limitation de la production, ni de réglementation nationale pour la rémunération des producteurs. Le prix du lait est donc négocié au sein de chaque entreprise, en fonction de sa politique, sans que la FAOCC ou l'interprofession laitière régionale interviennent. Certaines ont mis en place des primes spécifiques à l'AOC, sans que cette pratique soit généralisée. De ce fait, des différences assez marquées existent d'une laiterie à l'autre et d'une région à l'autre. Ces caractéristiques posent quoi qu'il en soit la question de l'emploi du terme de pôle pour désigner les AOC caprines du Centre. Les deux chapitres suivants mettront d'ailleurs en évidence des bassins de production aux dynamiques divergentes et des stratégies éclatées.

## **2.2. Les cinq AOC constitutives du pôle "Centre"**

En dépit de tailles différentes, les cinq filières revêtent des structures productives relativement semblables, avec une production fermière encore importante et quelques transformateurs (affineurs et fromagers) assurant la majeure partie des tonnages. Des contrastes apparaissent cependant, notamment au niveau de l'évolution des volumes produits.



**Tableau 10 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Centre"**

Dénomination	Crottin de Chavignol	Sainte-Maure de Touraine	Selles sur Cher	Poulligny Saint-Pierre	Valençay
Technologie	Pâte lactique	Pâte lactique	Pâte lactique	Pâte lactique	Pâte lactique
Type de lait	Lait de chèvre	Lait de chèvre	Lait de chèvre	Lait de chèvre	Lait de chèvre
Localisation aire AOC	Une partie du Cher, du Loiret et de la Nièvre	Indre-et-Loire, une partie de l'Indre et de la Vienne	Une partie du Loir-et-Cher, de l'Indre et du Cher	Une partie de l'Indre	Une partie de l'Indre, de l'Indre-et-Loire, du Loir-et-Cher et du Cher
Date d'obtention de l'AOC	13 février 1976	29 juin 1990	21 avril 1975	14 janvier 1972	13 juillet 1998
Tonnage 2004 (en t.)	1 138	1 103	747	296	348
Evolution brute 1991-2004 <sup>125</sup>	- 557	+ 833	+ 531	+ 81	+ 201
Evol. 1991-2004 (%)	- 32,9 %	+ 308,5 %	+ 245,8	+ 37,7 %	+ 136,7 %
Nbre de prod. de lait	140	209	60	38	63
Nbre de prod. fermiers	130	74	17	16	33
Importance du tonnage fermier	33,8 %	37,6 %	23,6 %	43,9 %	37,9 %
Nbre de transformateurs (fromagers et affineurs)	8	8	10	5	6
Principaux acteurs	Triballat Rians	Eurial Poitouaine	Fromagerie Jacquin, Fromagerie de Billy	Eurial Poitouaine	Triballat Rians, Fromagerie Jacquin
Organisme de gestion	Syndicat de Défense du Crottin de Chavignol	Comité Interprofessionnel du Sainte-Maure de Touraine	Syndicat de Défense du Selles sur Cher	Syndicat des Producteurs de Fromage de Poulligny Saint-Pierre	Comité Interprofessionnel de la Pyramide de Valençay

Source : INAO, CNIEL, Syndicats AOC, 2004.

Très voisines, les technologies de fabrication des cinq fromages du Centre diffèrent uniquement à travers la forme des fromages, qui induit des affinages spécifiques. Le Crottin de Chavignol et le Sainte-Maure de Touraine possèdent tous les deux des concurrents génériques porteurs du même nom (crottin et sainte-maure), fabriqués partout en France, et notamment au cœur des aires d'appellation par les mêmes acteurs, qu'ils soient fermiers, affineurs ou fromagers. Cette cohabitation est une donnée importante pour l'analyse. En revanche, les évolutions du tonnage des deux principales appellations du pôle divergent fortement. Si le Sainte-Maure de Touraine progresse régulièrement depuis quinze ans, à l'image du marché national des fromages de chèvre, le Crottin de Chavignol connaît depuis quelques années une récession. Plus modestes, les AOC Selles sur Cher et Poulligny Saint-Pierre sont dans un contexte de manque de matière première, qui leur empêche de satisfaire totalement la demande. Toutefois, si cette situation est voulue dans le Poulligny, où les acteurs sont désireux de contrôler le développement du produit<sup>126</sup>, est elle davantage subie dans le Selles sur Cher, qui connaît d'importantes difficultés de renouvellement de sa population agricole. Enfin, la plus récente des appellations, le Valençay, se caractérise par un important développement et intéresse de plus en plus d'intervenants au sein de sa zone de fabrication.

<sup>125</sup> Pour le Valençay, l'évolution des tonnages concerne la période 1998-2004.

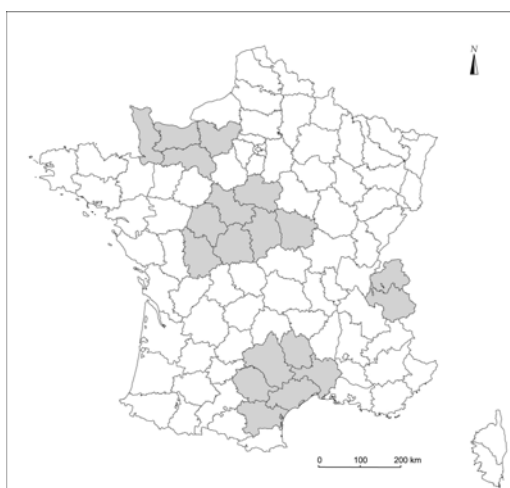
<sup>126</sup> La zone Poulligny Saint-Pierre est la plus petite des aires d'appellations fromagères françaises (22 communes).

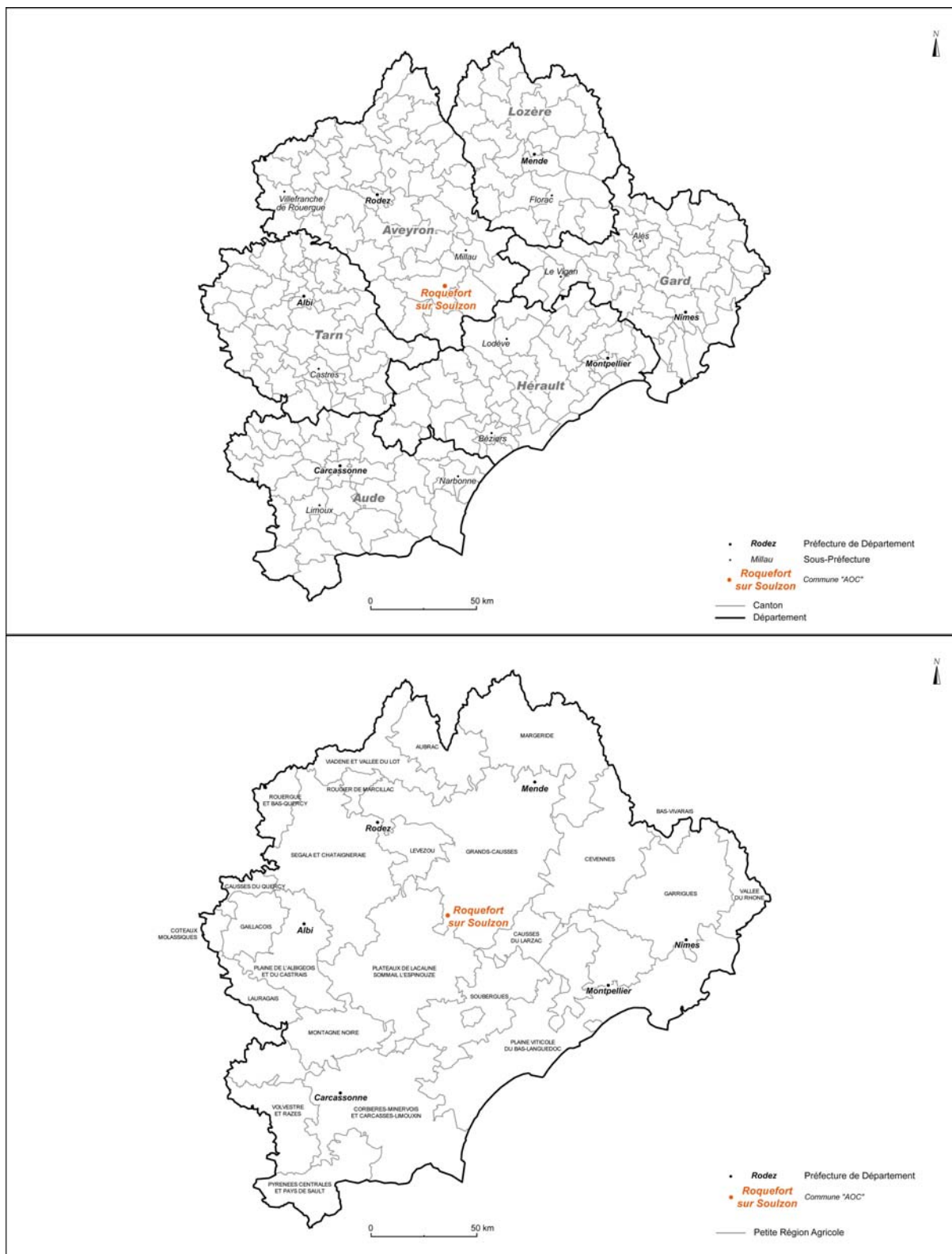
Notons pour terminer qu'à l'exception du Valençay, dont l'appellation a été obtenue en 1998, toutes les autres AOC sont actuellement en phase de révision du cahier des charges. Dans un souci de préservation des pratiques traditionnelles, le pâturage et l'alimentation des animaux sont questionnés, ce qui n'est pas sans poser des problèmes à de nombreux éleveurs. Amorcés il y a déjà de nombreuses années, les débats sont de ce fait souvent animés, l'émergence de compromis étant loin d'être évidente, tant à l'échelle des filières qu'à l'échelle régionale.

Le caractère divergent des logiques inhérentes aux AOC caprines du Centre est une donnée essentielle. Les dynamiques productives positives, en termes de tonnage comme de valorisation du lait, n'empêchent pas une incontestable fragilité économique des filières, notamment matérialisées par une faible propension au regroupement de moyens.

### **3. Le pôle "Sud-Aveyron" : une structuration interprofessionnelle forte et ancienne, un système relativement autonome**

**Carte 5 : le pôle AOC "Sud-Aveyron" – éléments de localisation  
(maillages administratifs et petites régions agricoles)**





Source : RGA, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

Même si elle n'est, pour l'instant, composée que d'une seule AOC, la région roquefortaise peut malgré tout être qualifiée de pôle, d'une part du fait de son ampleur économique, et d'autre part à cause de sa structuration institutionnelle. En regroupant l'ensemble des acteurs impliqués, la Confédération de Roquefort (localisée à Millau) constitue non seulement le syndicat d'appellation, mais aussi une interprofession reconnue comme telle

par les pouvoirs publics, ayant en charge la gestion de la production de lait de brebis dans ce territoire. Récemment révisée<sup>127</sup>, l'aire d'appellation correspond désormais à la zone effective de production de lait de brebis, appelée aussi "Rayon de Roquefort"<sup>128</sup>. Cette zone s'étend sur six départements et deux régions administratives : l'Aveyron, le Tarn (Midi-Pyrénées), la Lozère, l'Hérault, le Gard et l'Aude (Languedoc-Roussillon). En 2004, la production de Roquefort s'est élevée à 18 800 tonnes, ce qui fait de cette AOC la troisième derrière le Comté et le Cantal. L'analyse de l'évolution de ce chiffre met en évidence une relative stabilité, puisqu'en 1991, le tonnage était de 19 800 tonnes (-5,2 % entre ces deux dates). Le marché du Roquefort apparaît donc comme arrivé à maturité, subissant peu de variation, à l'image des AOC à fort volume<sup>129</sup>.

**Carte 6 : l'aire d'appellation Roquefort**



Source : INAO (2005), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

La filière Roquefort est organisée autour de deux familles professionnelles, les producteurs de lait et les transformateurs. Cette structure productive est ancienne, puisque la fabrication fermière a disparu depuis près d'un siècle. Sept entreprises assurent aujourd'hui la collecte auprès d'environ 2 350 points de livraison. La principale marque commerciale – Société – est majoritairement détenue par le groupe Lactalis, et représente près des deux tiers du volume total fabriqué. Le tiers restant est assuré par trois fromageries de dimension

<sup>127</sup> Voir le décret du 17 mai 2005 modificatif à l'appellation d'origine contrôlée "Roquefort".

<sup>128</sup> Jusqu'à cette date, la zone Roquefort concernait seize départements, localisés dans le sud de la France (des Hautes-Alpes à la Gironde). Les raisons de cette situation sont historiques. Le contexte de manque de lait qui a prévalu jusque dans les années 1970 a longtemps obligé les industriels à prospecter hors de la région d'origine du Roquefort, notamment en Corse et dans les Pyrénées-Atlantiques.

<sup>129</sup> Sur la période 2000-2004, les évolutions des plus importantes appellations sont les suivantes : Camembert de Normandie, - 3,4 % ; Cantal, -2,2 % ; Comté, - 1,8 % ; Reblochon, -2,5 % ; Saint-Nectaire, -2,1 %. Notons tout de même que les AOC de l'Est Central ont connu une croissance relativement marquée sur les quinze dernières années, le Comté a ainsi progressé de 38,1 % (+ 12 000 tonnes), le Reblochon de 46 % (+ 5 200 tonnes).

régionale (dont une coopérative, la SCARO) et trois entreprises plus modestes. Rachetée par Lactalis en 1992, Société des Caves est née de la fusion d'un certain nombre de propriétaires de caves en 1842 et représentait déjà plus de 50 % du tonnage dans les années 1920. La principale particularité de la filière réside dans l'ancienneté et la pérennité de son organisation. La Confédération Générale des Producteurs de Lait de Brebis et des Industriels de Roquefort est ainsi officiellement née en 1930 de l'union des deux fédérations représentatives de la filière : la Fédération Régionale des Syndicats d'Éleveurs de Brebis (FRSEB, créée en 1922), et la Fédération des Syndicats d'Industriels de Roquefort (FSIR, créée en 1928). Dans un contexte conflictuel, tant en interne (négociations pour le prix du lait) qu'en externe (imitations frauduleuses), la Confédération avait pour but de réguler les relations entre les deux protagonistes, d'instaurer un certain nombre de règles et de faire respecter la loi de 1925, octroyant aux propriétaires des caves de Roquefort l'exclusivité de cette dénomination<sup>130</sup>.

Amorcé dans les années 1960 à l'initiative de la profession, le très important développement (quantitatif et qualitatif) de la production de lait de brebis constitue un événement déterminant dans l'histoire de la filière. Cette période a en effet progressivement transformé une situation de manque de lait chronique, empêchant les industriels de satisfaire pleinement la demande, en une situation de surproduction, d'abord conjoncturelle, puis très vite structurelle. Dans le but de remédier à ce problème, les premières mesures de diversification apparaissent en 1975 (transformations alternatives, vente de lait en l'état...). C'est également à cette période que les industriels décident de ne plus collecter de lait dans les bassins "extérieurs" (Corse et Pays Basque) pour s'en tenir au seul Rayon. Face à l'insuffisance de ces démarches et aux volumes de lait toujours croissants, les dirigeants de la Confédération de Roquefort décident en 1987 de mettre en place un système de limitation de la production fondé sur le système des quotas laitiers, déjà en vigueur pour le lait de vache. Chaque producteur se voit attribué un Volume Individuel de Référence (VIR), calculé sur la base des quatre dernières campagnes. En parallèle, les modalités de paiement du lait sont désormais fondées sur trois classes de prix. Le lait dit de "classe 1" est destiné à fabriquer du Roquefort (rémunération importante), le lait dit de "classe 2" concerne les produits de diversification, dont la Feta, qui connaît alors un important développement, et le lait dit de "classe 3" est vendu en l'état ou sous forme de poudre à différents pays européens. Ainsi, la Confédération se présente donc comme une interprofession gérant l'ensemble des produits à base de lait de brebis fabriqués par l'industrie roquefortaise, et pas seulement l'AOC. Bien que complexes, ces réglementations méritaient d'être soulignées ici, dans la mesure où leur mise en place s'est réalisée de manière autonome dans le cadre de la Confédération de Roquefort, et ce sans intervention extérieure (pouvoirs publics, interprofession laitière nationale...). Depuis sa création en 1925, celle-ci constitue le principal cadre stratégique des acteurs de la filière.

Cette structuration originale ne doit pas occulter les innombrables crises liées à des conflits d'intérêt qui ont émaillé l'histoire de l'interprofession. Ces conflits ont été particulièrement vifs au moment de la mise en place des VIR, bloquant le développement de nombreuses exploitations ayant réalisé d'importants investissements. Plus généralement, les relations antagonistes concernent la négociation annuelle du prix du lait entre producteurs et transformateurs. Si le caractère régional de cette négociation est un atout incontestable pour la filière, le climat particulièrement houleux dans lequel elle se déroule est une menace constante pour la cohésion de l'organisation. Notons pour terminer que les crises ne renvoient pas toutes au clivage producteur / transformateur, d'importants désaccords syndicaux existent au sein même de la profession agricole, qui ont contribué à d'importantes évolutions au sein

---

<sup>130</sup> La loi stipule ainsi que l'affinage du fromage est réservé aux caves du Combalou, petite butte-témoin située face au Causse du Larzac, et où est localisé le village de Roquefort-sur-Soulzon.

de la FRSEB, souvent jugée conservatrice et corporatiste. La montée en puissance du Syndicat des Producteurs de Lait de Brebis (SPLB, proche de la Confédération Paysanne), relève de cette évolution. Cette relative autonomie de la filière est à mettre en relation avec un certain nombre de menaces extérieures, dont la plus "visible" est sans conteste l'obtention par la Grèce de l'AOP Feta, dénomination jusque-là générique, qui constituait la principale source de diversification pour les industriels de Roquefort. La surtaxation par les Etats-Unis d'un certain nombre de produits alimentaires européens (dont le Roquefort), en représailles de l'embargo sur le bœuf américain élevé à l'aide d'hormones, constitue un autre exemple de menace extérieure. Si ces événements sont préjudiciables à la filière, ils renforcent dans le même temps la cohésion qui existe entre les deux familles professionnelles. Les informations relatives au pôle AOC Sud-Aveyron intègrent également le Pérail de brebis, même si ce dernier n'est aujourd'hui qu'en demande d'AOC. Le tableau fait d'ailleurs apparaître une relative proximité entre les deux produits.

**Tableau 11 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Sud-Aveyron"**

Dénomination	Roquefort	Pérail de brebis
Technologie	Pâte persillée	Pâte molle
Type de lait	Lait de brebis	Lait de brebis
Localisation aire AOC	Une partie de l'Aveyron, du Tarn, de la Lozère, du Gard, de l'Hérault et de l'Aude	En projet (vraisemblablement proche de l'aire AOC Roquefort)
Date d'obtention de l'AOC	26 juillet 1925	En cours d'obtention
Tonnage 2004 (en t.)	18 831	1 200 environ
Evolution brute 1991-2004 <sup>131</sup>	- 1 038	+ 500
Evolution 1991-2004 (%)	- 5,2 %	+ 71,4 %
Nombre de producteurs de lait	2 358	400
Nombre de producteurs fermiers	0	9
Importance du tonnage fermier	0 %	2 %
Nombre de transformateurs	7	5
Principaux acteurs	Lactalis, Papillon	Lactalis, Papillon
Organisme de gestion	Confédération Générale des producteurs de lait de brebis et des industriels de Roquefort	Association de Défense du Pérail

Source : INAO, CNIEL, Syndicats AOC, 2004.

Historiquement, la fabrication de Pérail est intimement liée à celle du Roquefort, dans la mesure où il s'agissait d'un fromage produit dans les fermes au moment de la fermeture des laiteries (période de tarissement des brebis, vers juin – juillet). Tombé en désuétude au milieu des années 1970, le Pérail connaît un certain renouveau avec le mouvement social du Larzac. Au départ uniquement fermier, le fromage est progressivement fabriqué dans de petites fromageries locales, puis suscite à partir de 1995 l'intérêt de certains industriels de Roquefort, en tant qu'opportunité supplémentaire de diversification. La création du syndicat marque la naissance officielle de la filière, qui résulte de l'intérêt convergent des producteurs fermiers, des fromagers artisanaux (logique de maintien de l'activité et de sauvegarde d'un produit) et des industriels (débouché supplémentaire). Les liens entre les deux produits ne sont pas qu'historiques, le contenu du cahier des charges du Pérail, ainsi que les systèmes de paiement du lait, sont directement inspirés de l'interprofession roquefortaise. De nombreux producteurs de lait livrent d'ailleurs simultanément leur matière première pour les deux types de

<sup>131</sup> Les chiffres du Pérail concernent la période 1995-2004.

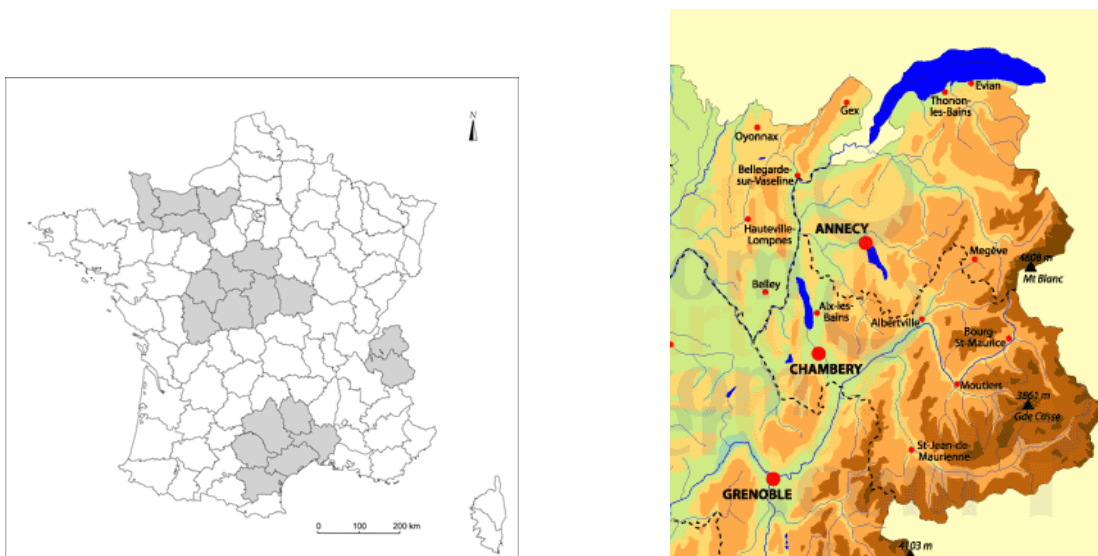
transformation. Les deux industriels roquefortais impliqués dans la filière représentent aujourd'hui plus de 80 % des volumes, les fermiers moins de 2 %.

En conclusion, la trajectoire institutionnelle de la filière Roquefort est à l'origine de l'émergence d'un véritable système productif doté d'une dynamique propre, et caractérisé par une importante valorisation de la matière première. En restreignant partiellement la marge de manœuvre des acteurs individuels, et notamment des transformateurs, la Confédération de Roquefort constitue à n'en point douter "l'acteur" moteur de ce système. Comme nous le verrons dans le chapitre suivant, le poids économique régional considérable de la filière fait que le développement de ce territoire passe par la pérennité de cette organisation.

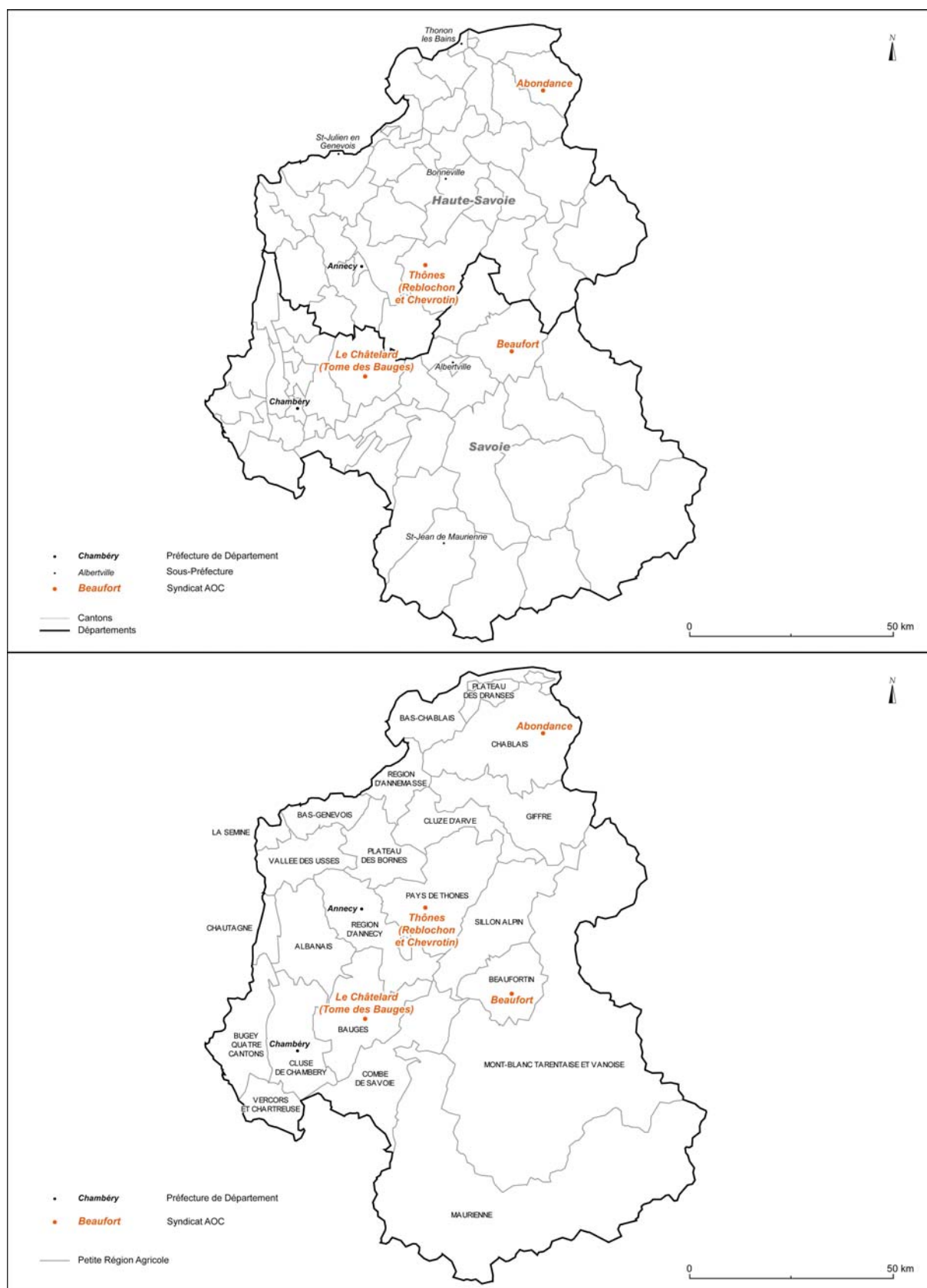
#### **4. Le pôle "Savoies" : la prépondérance des structures coopératives pour expliquer l'autonomie institutionnelle**

Dernier de nos terrains d'étude, le pôle Savoie apparaît proche du Sud-Aveyron au vu de la relative autonomie institutionnelle qui le caractérise et de l'ancienneté des organisations. Toutefois, la dynamique du pôle semble être en premier lieu portée par les outils coopératifs, même si les transformateurs industriels privés jouent un rôle de plus en plus essentiel.

**Carte 7 : le pôle AOC "Savoies" – éléments de localisation  
(maillages administratifs, petites régions agricoles et relief)**



Source, Chambre Régionale d'Agriculture de Rhône-Alpes, 2005.



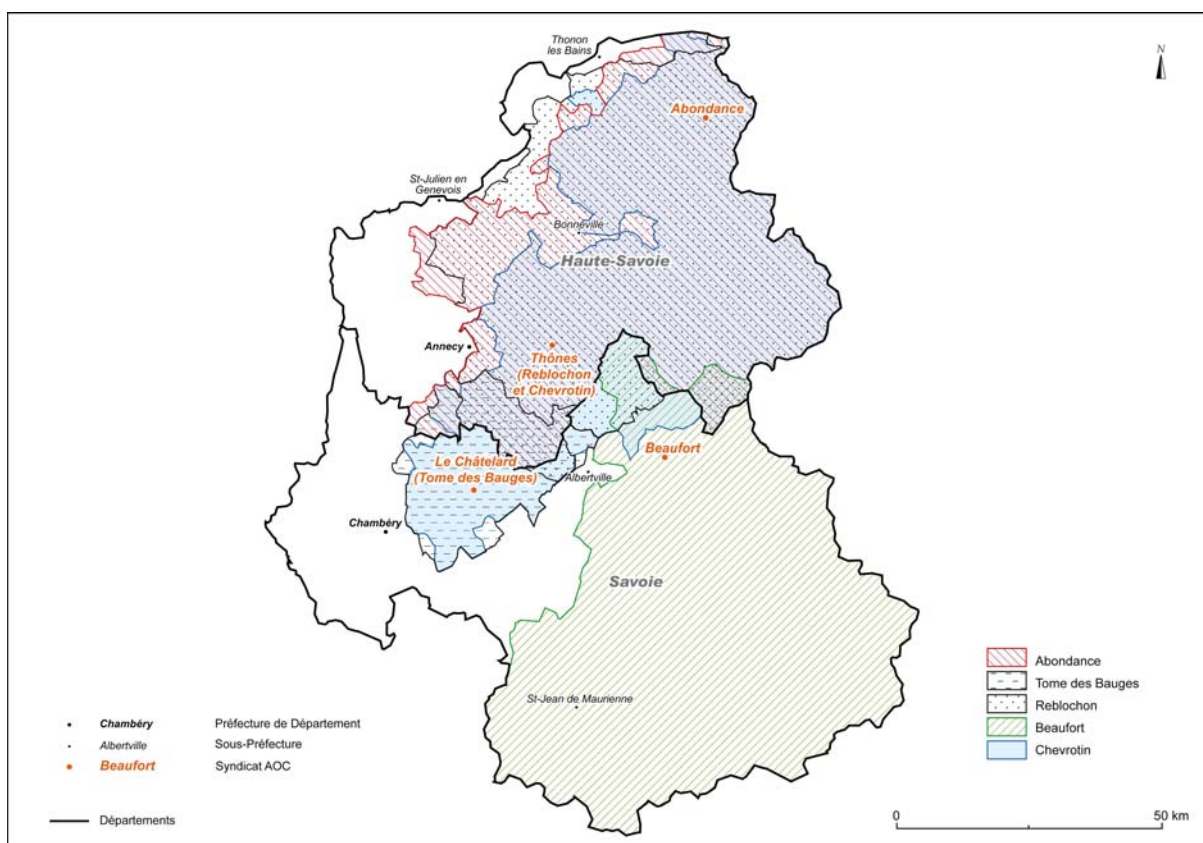
Source : RGA, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.



#### 4.1. Les dynamiques productives et institutionnelles

Le pôle "Savoies" s'organise autour de cinq AOC fromagères, le Reblochon, le Beaufort, l'Abondance, la Tome des Bauges et le Chevrotin. Les aires d'appellations sont exclusivement situées à l'intérieur de l'ensemble formé par les deux départements savoyards, comme le montre la carte ci-dessous. Si le Reblochon est majoritairement produit en Haute-Savoie, le Beaufort est quant à lui principalement localisé en Savoie (carte ci-dessous). A noter que la majeure partie de la Haute-Savoie est concernée par trois appellations : Reblochon, Abondance et Chevrotin. Le tonnage constitué par les composantes de ce pôle est le plus important de nos quatre terrains d'étude, il s'élève en 2004 à 23 200 tonnes, ce qui représente près de 12 % du volume AOC national. C'est également au sein de ce pôle que le développement est le plus prononcé (+58 % entre 1991 et 2004, soit un gain de 8 500 tonnes, avec il est vrai deux AOC supplémentaires obtenues durant ce laps de temps).

**Carte 8 : les aires d'appellation du pôle "Savoies"**



Source : INAO (2005), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

La structure productive des filières AOC savoyardes se caractérise par une grande complexité. Outre le clivage producteurs de lait / transformateurs (privés ou coopératifs, artisanaux ou industriels), on retrouve comme pour le Centre une production fermière très importante, que l'on peut évaluer autour de 5 000 tonnes pour les cinq appellations, et une activité d'affinage encore significative. Globalement, la part des produits AOC avoisine 60 % de la collecte laitière, auquel on peut rajouter 30 % supplémentaires pour les deux IGP Tomme de Savoie et Emmental de Savoie. Une particularité des Savoies réside dans la part prépondérante des structures coopératives pour la collecte laitière. Il convient de souligner ici l'important clivage concernant la gestion de ces coopératives, clivage d'abord fondé sur la limite départementale entre Savoie et Haute-Savoie. Ainsi, la majorité des fromageries de

Savoie sont majoritairement des coopératives dites "à gestion directe", c'est-à-dire assurant elles-mêmes la collecte et la transformation du lait. A l'inverse, les coopératives haut-savoyardes sont le plus souvent "à gestion indirecte", elles ne prennent en charge que la collecte et vendent ensuite le lait à des transformateurs privés, qui travaillent parfois dans des locaux appartenant aux producteurs, parfois dans leurs propres locaux. Dans ce dernier cas, les producteurs ne possèdent plus de bâtiment, on parle alors de "coopérative sans atelier", ou de groupement de vente. Ces deux modes d'organisation renvoient à des trajectoires productives différentes. Les agriculteurs de Haute-Savoie ont fait le choix de se regrouper pour vendre la matière première le plus cher possible, en se désengageant de la transformation. A l'inverse, les Savoyards ont préféré conserver le contrôle des ateliers pour s'assurer une valeur ajoutée la plus élevée possible et conserver leur autonomie. Déterminante dans l'activité au quotidien des coopératives, nous verrons dans le chapitre 6 que cette différence l'est également pour ce qui concerne les démarches touristiques.

En dépit de la forte atomisation des intervenants, il est possible d'identifier quelques acteurs majeurs au sein du pôle Savoies. Parmi les transformateurs privés, quatre entreprises contrôlent aujourd'hui près de 80 % des litrages produits en Haute-Savoie : la fromagerie Chabert, la Société Fromagère d'Eteaux (groupe Lactalis), la fromagerie Verdannet et la fromagerie Pochat, cette dernière ayant également une importante activité d'affinage, ce qui en fait le principal interlocuteur pour le Reblochon fermier<sup>132</sup>. En ce qui concerne la Savoie, les coopératives en gestion directe ont la particularité de ne pas être en relation avec la grande distribution, mais avec des grossistes, spécialisés ou non dans le fromage, dont les principaux ne sont autres que les fromagers de Haute-Savoie qui viennent d'être évoqués, au premier rang duquel on retrouve la fromagerie Pochat, qui est de ce fait également l'acteur principal de la commercialisation du Beaufort. Cette complexité supplémentaire renforce donc le rôle majeur joué par ces quatre entreprises au sein du pôle Savoies<sup>133</sup>. Malgré cette domination croissante des privés, les filières se caractérisent par une structuration interprofessionnelle ancienne. Créés par les producteurs, les syndicats se sont progressivement organisés pour intégrer les professionnels de l'aval (fromagers, affineurs). La plupart des décisions sont aujourd'hui encore portées par l'amont, notamment le contenu des cahiers des charges, très précis en ce qui concerne les conditions de production. Les deux fédérations départementales des coopératives laitières sont également des interlocuteurs incontournables.

La présence de préoccupations communes conjuguée à la forte tradition de coopération sont à l'origine de la création en 1997 d'une structure supplémentaire, regroupant l'ensemble des syndicats de produits laitiers savoyards (AOC et IGP) : l'AFTALP (Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes). Née d'une initiative professionnelle, l'AFTALP est venue officialiser des relations informelles déjà anciennes entre les filières AOC existantes à l'époque (Reblochon, Beaufort et Abondance). Les premières activités d'AFTALP ont concerné la promotion des produits à l'échelle régionale. Les filières ont également mis en commun des moyens financiers pour réaliser des actions de recherche & développement, tant sur le plan économique que technologique. Enfin, un travail de concertation a été réalisé au sujet de la qualité des produits, avec la mise en place d'un cahier des charges commun à toutes les AOC pour les aliments concentrés autorisés.

---

<sup>132</sup> L'activité laitière de l'entreprise Pochat se réalise par le biais de la Société Laitière des Hauts de Savoie (SLHS), dont Pochat est actionnaire majoritaire. La SLHS possède un contrat d'exclusivité avec "Les Fermiers Savoyards", un des plus importants groupements de coopératives, qui prend en charge la collecte.

<sup>133</sup> Le dernier événement en date dans cette région réside dans le rachat intégral de la fromagerie Pochat par Lactalis (2005), qui possède déjà la Société Fromagère d'Eteaux. Le groupe contrôle désormais la moitié de la collecte des deux départements, ainsi que la majeure partie des fabrications de Reblochon fermier et de Beaufort.

Ces multiples actions ont ainsi contribué à l'émergence d'un horizon stratégique supplémentaire. AFTALP constitue aujourd'hui un lieu informel de réflexion et d'échange pour tout ce qui concerne les AOC fromagères savoyardes, et par extension, pour la production laitière bi-départementale. Pour autant, l'absence d'organe de décision au sein de l'association ne signifie pas une absence d'autonomie institutionnelle. Contrairement aux AOC bas-normandes, totalement intégrées à l'interprofession régionale pour le calcul du prix du lait, les deux départements savoyards relèvent d'un régime spécifique déconnecté de l'interprofession laitière de Rhône-Alpes. La prépondérance des coopératives implique en effet un calcul fondé sur la valorisation des fromages et sur le prix moyen de l'emmental, sans que la recommandation nationale soit appliquée. Cette spécificité est renforcée par l'existence du CIELS (Comité Interdépartemental de l'Economie Laitière Savoyarde), qui sans être formel, réunit l'ensemble des professionnels laitiers des deux départements (filiales, chambres, fédérations des coopératives) pour coordonner les actions sur certains dossiers. Notons également qu'en Savoie et en Haute-Savoie, les quotas laitiers sont gérés de manière collégiale par les acteurs de l'amont<sup>134</sup>, avec des préoccupations davantage portées sur une répartition spatiale la plus équitable possible des droits à produire.

En conclusion, le rapide tour d'horizon du contexte productif et institutionnel du pôle AOC souligne le rôle aujourd'hui encore prépondérant joué par les producteurs de lait (via les coopératives), qui contrôlent l'essentiel de la collecte. Les processus de concentration à l'œuvre en aval sont malgré tout à même de remettre en cause cette organisation fragile. Dans ce contexte, la montée en puissance du groupe Lactalis apparaît comme une importante source d'incertitude pour beaucoup d'interlocuteurs, sur le plan commercial et organisationnel.

#### **4.2. Les cinq AOC constitutives du pôle "Savoies"**

L'extrême hétérogénéité des composantes du pôle AOC (taille, ancienneté, structure des filières) n'a pas empêché l'émergence d'une dynamique d'ensemble. Cette situation est à comparer, toutes proportions gardées, au pôle "Centre", où la coopération entre les filières, a priori plus homogènes, apparaît beaucoup plus ténue.

---

<sup>134</sup> Cette particularité n'est valable que pour deux autres départements en France, le Jura et le Doubs, également caractérisés par une prégnance des structures coopératives.

**Tableau 12 : fiches d'identité des filières AOC du pôle "Savoies"**

Dénomination	Reblochon	Beaufort	Abondance	Tome des Bauges	Chevrotin
Technologie	Pâte pressée non cuite	Pâte pressée cuite	Pâte pressée mi-cuite	Pâte pressée non cuite	pâte pressée non cuite, croûte lavée
Type de lait	Lait de vache	Lait de vache	Lait de vache	Lait de vache	Lait de chèvre
Localisation aire AOC	Une partie de la Haute-Savoie et de la Savoie	Une partie de la Savoie et de la H.-S.	Une partie de la H.-S.	Une partie de la Savoie et de la H.-S.	Une partie de la H.-S. et de la Savoie
Date d'obtention de l'AOC	7 août 1958	4 avril 1968	23 mars 1990	15 nov. 2002	2 mai 2002
Tonnage 2004 (en t.)	16 637	4 410	1 509	594	91
Evol. brute 1991-2004 <sup>135</sup>	+ 5 239	+ 1 453	+ 1 161	+ 144	+ 7
Evol. 1991-2004 (%)	+ 46,0 %	+ 49,1 %	+ 333,6 %	+ 32,0 %	+ 8,3 %
Nbre de prod. de lait	1 050	625	200	80	0
Nbre prod. fermiers <sup>136</sup>	160	26	51	24	32
Importance du tonnage fermier	21 %	11 %	23,7 %	21,9 %	100 %
Nbre de transformateurs (from. et affin.)	25	10	21	5	4
Principaux acteurs	Pochat, Lactalis, Chabert, Verdannet	Coopératives, grossistes	Pochat, Lactalis, Chabert, Verdannet	Coopératives	Producteurs fermiers
Organisme de gestion	Syndicat Interprofessionnel du Reblochon	Syndicat de Défense du Beaufort	Syndicat Interprofessionnel du Fromage d'Abondance	Syndicat Interprof. de la Tome des Bauges	Syndicat Interprof. du Chevrotin

**Source : INAO, CNIEL, Syndicats AOC, 2004.**

D'un point de vue commercial, le très important développement qui a prévalu durant les quinze dernières années (en prix comme en volume) laisse maintenant la place à une période de stagnation et d'incertitude, comme en témoigne la baisse de plus de 4 % enregistrée par le Reblochon sur les deux dernières années. Globalement, le pôle AOC Savoies a connu une régression de 0,6 % entre 2002 et 2004. Par ailleurs, l'enchevêtrement des différents maillons des filières AOC savoyardes renvoie aussi bien à la production laitière que fermière. Chaque appellation conserve malgré tout des caractéristiques qui lui sont propres. Le Reblochon a ainsi la particularité de regrouper au sein du SIR les quatre familles représentatives de la filière laitière savoyarde dans le cadre d'une organisation interprofessionnelle (Fédération Départementale des Coopératives Laitières de Haute-Savoie pour les producteurs de lait, Union des Producteurs de Reblochon Fermier, Syndicat des Fromagers pour les transformateurs privés, Syndicat des Affineurs).

La production de Beaufort relève également d'une structuration originale. Si les coopératives sont prépondérantes vis-à-vis des transformateurs privés (près de 75 % du tonnage), une petite partie des fabrications est issue de producteurs individuels et de

<sup>135</sup> Pour la Tome des Bauges et le Chevrotin, l'évolution concerne la période 2002-2004.

<sup>136</sup> La dénomination "fermier" n'existe pas dans l'AOC Beaufort, sont comptabilisés dans cette catégorie les producteurs individuels et les groupements pastoraux. Le tonnage fermier renvoie à ces deux types d'acteurs.

groupements pastoraux, qui sont des structures coopératives un peu particulières dans la mesure où les éleveurs impliqués apportent leur troupeau personnel et bénéficient d'une rémunération proportionnelle à cet apport. Majoritairement situés en vallée de Tarentaise, ces groupements sont constitués d'un certain nombre de salariés et assurent le plus souvent la commercialisation de leur production auprès de grossistes (certains adhèrent à des coopératives et n'ont pas d'activité de transformation). Ces groupements ne fonctionnent que l'été lors de la montée en alpage. C'est ainsi que trois types de fromages existent : le Beaufort d'hiver, fabriqué en coopérative, le Beaufort d'été, fabriqué en alpage, et le Beaufort "chalet d'alpage", devant être fabriqué à plus de 1 500 mètres d'altitude avec le lait d'un seul troupeau, réservé aux producteurs individuels pratiquant l'alpage. Si l'Abondance est technologiquement plus proche du Beaufort, la filière est quant à elle intimement liée à celle du Reblochon, les intervenants étant en grande partie les mêmes. Cette situation a d'ailleurs longtemps conféré à l'Abondance un statut de "produit de substitution" lorsque le Reblochon connaissait des crises. Les difficultés de ce fromage concernent ainsi l'absence d'une dynamique propre, aucune entreprise n'étant spécialisée dans cette production. Ayant tout récemment obtenu leur appellation, la Tome des Bauges et le Chevrotin sont deux productions spécifiques. La Tome des Bauges est née d'une volonté de différenciation de l'ensemble des tommes fabriquées dans les Savoies. Le Chevrotin est quant à lui pour l'instant une production exclusivement fermière dont la commercialisation s'appuie en grande partie sur le réseau du Reblochon fermier.

L'évolution globale suivie par le pôle AOC "Savoies" différencie très fortement ce territoire vis-à-vis de la production laitière nationale, dans la mesure où le maintien d'un grand nombre structures contraste avec les processus de concentration observés ailleurs. La bonne valorisation de la matière première qui a découlé de cette trajectoire est malgré tout remise en question. Les Savoies semblent être à un tournant, dont les manifestations sont aussi bien internes (développement de Lactalis) qu'externes (baisse du prix du lait à l'échelle nationale).

## **5. La diversité des contextes territoriaux comme fondement de la deuxième hypothèse de recherche relative au développement territorial**

C'est sur ces quatre terrains de recherche qu'il s'agit d'appliquer le dispositif méthodologique. Les informations relatives aux différents pôles laissent entrevoir la très grande diversité des contextes territoriaux et des enjeux de développement qui y sont liés. Si la filière Roquefort évolue dans un espace rattaché à "la France du vide"<sup>137</sup>, les AOC savoyardes sont quant à elles inscrites dans un contexte de forte croissance démographique, qui concurrence l'activité agricole au travers d'une pression foncière toujours plus forte. Les AOC du Centre et de Basse-Normandie se situent dans une situation intermédiaire, mais sont confrontées à une concurrence d'origine agricole : celle des autres productions fromagères en Normandie, et celles des céréales dans le Centre. En termes de développement et de qualification territoriale, les différences sont aussi imputables aux images générées par les territoires. La Savoie et la Normandie sont des régions à forte notoriété et bénéficiant d'une image attractive en termes de produits. A l'inverse, le Sud-Aveyron et le Centre ne sont pas des territoires porteurs de sens, mais renvoient à des divisions administratives. La question qui sous-tend notre recherche ne doit donc pas s'appréhender en termes de contribution à un processus de développement qui serait le même partout, mais doit plutôt envisager la propension des filières à se positionner vis-à-vis d'enjeux spécifiques. Une réflexion sur les "besoins" de chaque territoire est donc un préalable à l'analyse proprement dite.

---

<sup>137</sup> Selon l'expression de R. Béteille (1981).

C'est sur cette acception du développement territorial que se fonde notre deuxième hypothèse. Les démarches "d'ouverture territoriale" initiées par les filières AOC, ou auxquelles celles-ci participent, prennent des formes diverses (implication dans des projets collectifs, manifestations locales...), elles ne relèvent pas de stratégies ponctuelles, mais d'une tendance de fond. Ces démarches sont envisagées comme des moyens de réponse à des préoccupations sectorielles (commercialisation, image de marque...). Relativement ignorées jusqu'à une période récente, les ressources territoriales constituent aujourd'hui des enjeux fondamentaux qui sont au cœur même des questions liées à la pérennité des filières.

L'explicitation de notre démarche méthodologique a donc mis en lumière ses principaux fondements : l'entretien semi-directif, l'approche compréhensive à partir des acteurs de la filière et la notion de pôle AOC. Les deux chapitres suivants vont être consacrés à la présentation des résultats, chacun étant fondé sur un éclairage particulier du processus de développement. Le chapitre 5 insistera ainsi sur la dimension productive et le processus de spécification de ressources, tandis que le chapitre 6 mettra davantage l'accent sur les synergies entre activités et les coordinations entre acteurs.

# **Les AOC dans le développement territorial**

## **Une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères**

**Volume 2**

**THESE**

présentée pour obtenir

**LE TITRE DE DOCTEUR DE L'INSTITUT NATIONAL POLYTECHNIQUE  
DE TOULOUSE**

**Ecole doctorale : Temps, Espaces, Sociétés, Cultures  
Spécialité : Espaces, Sociétés Rurales et logiques économiques**

**Mention Géographie**

**par Julien FRAYSSIGNES**

**Soutenue le 12 décembre 2005 devant le jury composé de :**

M. Bertil SYLVANDER, Directeur de Recherches, INRA-SAD, Toulouse	Président
M. Michel ROUX, Professeur des Universités, UFR Sciences Espaces Sociétés, Université Toulouse Le Mirail 2	Directeur de thèse
Mme Valérie OLIVIER, Maître de Conférences, Institut National Polytechnique, Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Toulouse	Codirectrice de thèse
Mme Nicole MATHIEU, Directrice de Recherches Emérite, CNRS, Université Paris I, Panthéon Sorbonne	Rapporteur
M. Bernard PECQUEUR, Professeur des Universités, Institut de Géographie Alpine, Université Joseph Fourier, Grenoble	Rapporteur
Mme Anne RICHARD, Directrice du Conseil National des Appellations d'Origine Laitières	Membre

## *Deuxième partie*

---

### **Le concept d'ancrage à l'épreuve du réel : l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement territorial**



## **Avertissement**

Pour une manipulation plus aisée du document, en particulier par les acteurs de terrain, une reprise des principaux enseignements de chaque grande partie est présentée dans des pages de couleur différente. Intitulées "*Synthèse des résultats*", ces pages ne sont pas uniquement conçues comme des résumés, mais tentent aussi de mettre en perspective ces résultats, notamment du point de vue des conditions de réussite des filières AOC.

## **Chapitre 5**

### **Les apports des AOC à la dynamique agricole et agroalimentaire**

#### **Activité et ressources productives**

L'analyse de l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement passe par une évaluation de leur importance économique. Les mutations à l'œuvre dans les espaces ruraux ont reposé la question de la place de l'agriculture. Les exigences d'efficacité, de rentabilité et d'ouverture au marché doivent désormais être mises en compatibilité avec les nouvelles préoccupations liées à la protection de l'environnement, à l'entretien des paysages, à la qualité des produits et à l'aménagement du territoire. Même si elle s'est considérablement réduite au cours des dernières décennies, la part de l'agriculture dans l'activité des espaces ruraux demeure encore significative dans certaines régions. A travers les emplois agricoles et agroalimentaires qu'elles représentent, les filières AOC participent donc d'une manière plus ou moins forte au "fonctionnement" économique des territoires. Cette contribution est d'autant plus intéressante à analyser qu'il s'agit d'une activité fixée à une zone par décret, et donc difficilement délocalisable. Dans un contexte de compétitivité et de concurrence accrue, où les délocalisations industrielles suscitent un sentiment d'impuissance chez les acteurs politiques, l'enjeu n'en est que plus important. Toutefois, au-delà de ces données quantitatives brutes, il s'agit également de nous inscrire dans une perspective historique et de mettre en lumière la protection juridique des produits. Les acteurs se sont souvent mobilisés en réaction à ce qu'ils estimaient être une usurpation de leur savoir-faire, portant préjudice à leurs intérêts. Les démarches qu'ils ont entreprises ont occasionné des batailles judiciaires, et éventuellement donné lieu à des compromis, encore déterminants dans la protection de certains produits AOC. L'analyse en termes d'ancrage doit faire apparaître cet héritage juridique, parfois à l'origine d'importantes confusions pour les consommateurs.

Les acteurs des filières (exploitations agricoles, unités de transformation) étant eux aussi inscrits dans un territoire, il importe également de s'intéresser aux apports liés à la présence de l'AOC dans leur activité à titre individuel, en partant du postulat que l'éventuelle bonne santé économique des filières AOC profite en partie à l'ensemble du territoire. Les critères quantitatifs habituels de performance économique (prix du lait, prix du fromage) peuvent être reliés à la présence d'une AOC. Toutefois, certains résultats issus de nos entretiens font apparaître le caractère ancré des produits d'appellation dans des bassins de production et des organisations institutionnelles. Deux remarques s'imposent dès lors :

- l'AOC prise isolément ne peut expliquer à elle seule la performance des acteurs,
- la prise en compte de critères qualitatifs est nécessaire dans cette évaluation.

Enfin, l'activité agricole et agroalimentaire générée par une filière AOC contribue au développement territorial à travers la construction de ressources spécifiques (c'est-à-dire non reproductibles) matérielles et immatérielles (compétences, savoir-faire). Ce dernier point met l'accent sur la trajectoire des systèmes ancrés à des bassins de productions spécifiques. Ce cinquième chapitre reprendra ces différents éclairages. Dans une première partie, nous nous intéresserons d'une part à la contribution des AOC en tant que dispositif juridique apte à la fixation des emplois, nous montrerons notamment l'importance d'une approche historique des processus. D'autre part, l'analyse portera sur le rôle joué par les AOC dans l'attractivité et l'évolution des bassins de production, ainsi que sur leurs apports concernant les pratiques et les représentations des acteurs. Dans une deuxième partie, il s'agira d'analyser les trajectoires productives de développement liées à chaque terrain d'étude. Les AOC seront alors appréhendées à travers leur capacité à produire des ressources et à contribuer à la spécification des systèmes productifs laitiers et fromagers.

## **I. Différents éclairages de la place des AOC dans l'emploi agricole et agroalimentaire : fixation de l'activité, attractivité des bassins, pratiques et représentations des acteurs**

Si la construction de ressources productives spécifiques constitue le cœur de ce chapitre consacré aux dynamiques agricoles et agroalimentaires, les informations collectées sur le terrain nous ont malgré tout permis d'identifier d'autres dimensions tout aussi fondamentales. Ce sont ces dimensions qu'il convient de présenter maintenant.

En premier lieu, le calcul de l'importance économique des AOC s'avère nécessaire, dans la mesure où il s'agit de la première contribution des filières au développement territorial. Loin d'être aisé, cet exercice met en lumière des résultats dont l'interprétation se révèle délicate, et pose de surcroît un certain nombre de questions d'ordre méthodologique. L'approche en termes d'ancrage met cependant en évidence la nécessité de prendre en compte les trajectoires juridiques qui sous-tendent la protection des produits comme facteur d'explication du poids économique des AOC. Dans un second temps, il est apparu que les AOC jouaient un rôle certain dans l'évolution des bassins laitiers. Au-delà de la valorisation de la matière première, la présence d'une appellation constitue un atout dont les acteurs usent dans leur stratégie. Le caractère ancré de ces dynamiques permet néanmoins d'aborder ces questions sous un angle nouveau : souvent évoqué par les professionnels, le prix du lait apparaît ici comme un critère discutable de la performance d'une filière. Là encore, la prise en compte de la dimension historique se révèle indispensable. Enfin, les informations collectées ont mis en évidence l'influence de l'AOC dans les pratiques et les représentations des acteurs au niveau individuel. Outre le fait qu'il s'agisse d'un atout commercial incontestable, l'appellation a un effet bénéfique sur la perception que les acteurs ont de leur métier comme d'eux-mêmes, ce qui constitue un facteur de pérennité supplémentaire pour l'activité laitière, confrontée à d'importants enjeux, notamment d'origine foncière. Ces différentes approches vont donc être successivement développées, avant d'être reprises dans une dernière partie synthétisant les principaux apports de l'AOC.

### **1. AOC et fixation de l'activité : des degrés de protection hérités qui conditionnent des impacts territoriaux spécifiques**

L'observation de l'importance économique des appellations fait apparaître d'importants contrastes entre les différents pôles AOC. S'il apparaît abusif de corrélérer ces résultats à d'éventuels critères de performance, la capacité – ou la volonté – des acteurs de protéger leur fromage vis-à-vis des produits génériques est une clé d'explication fondamentale. Les chiffres présentés sont donc à considérer au regard de ces trajectoires particulières.

#### **1.1. Les AOC fromagères et l'emploi : une importance à relativiser**

La question du poids économique des filières sous signe officiel de qualité a fait l'objet de nombreux travaux. Les problèmes méthodologiques inhérents à cette question renvoient principalement à l'absence de données spécifiquement centrées sur les aires d'appellation. De même, le caractère homogène des statistiques disponibles auprès des différents interlocuteurs laisse fortement à désirer. Les travaux menés notamment par L. Lagrange revêtent un intérêt certain, dans la mesure où les données relatives aux différents signes de qualité s'inscrivent

sur une période longue (Lagrange (coord.), 1999). Peu d'informations sont en revanche disponible sur le poids économique des filières à l'échelle régionale ou locale. Le RGA de 2000 tente de prendre en compte les exploitations bénéficiant de l'AOC. Les résultats obtenus sont loin d'être satisfaisants pour la production laitière puisque la majorité des exploitations ne possède pas de déclaration d'aptitude délivrée par l'INAO. La carte de France des produits laitiers AOC réalisée avec les données du RGA fait ainsi apparaître certaines régions (Savoies, Jura, Aveyron, Pays Basque), mais passe sous silence toutes les autres (Normandie, Centre, Nord). Ces données sont donc trop fragmentaires pour être exploitées. L'évaluation de l'importance économique des filières AOC constitue également une préoccupation importante pour l'INAO, qui s'interroge sur les outils méthodologiques susceptibles d'apporter des réponses à cette question. Au-delà des données quantitatives, H. Briand estime que trois types d'effets positifs peuvent être identifiés, en lien avec le contenu des cahiers des charges :

- d'un point de vue économique, certaines règles traditionnelles (lait cru, moulage manuel) peuvent contribuer au maintien d'une main-d'œuvre plus importante,
- d'un point de vue spatial, les AOC induisent un meilleur entretien des paysages,
- d'un point de vue culturel, les valeurs véhiculées par une appellation permettent de renforcer l'image du territoire à travers l'émergence de synergies entre activités.

L'auteur souligne d'ailleurs le caractère transversal de cette question : *"De plus, l'impact sur la valeur des lieux, et sur la construction et la transmission d'une culture locale nécessite la mise en œuvre de disciplines non économiques"* (Briand, 1999, p. 2). Dans les différentes régions laitières, les questionnements des professionnels sont de même nature. La mise en place d'un observatoire économique des produits alimentaires de terroir du Massif Central s'inscrit dans cette perspective. Les travaux menés par le GIS Alpes du Nord (Savoies) ont également tenté d'évaluer l'impact économique des AOC fromagères. L'article rédigé par L. Coutre-Picard fait ainsi état d'une importance économique modeste, mais compensée par une exigence accrue en main-d'œuvre et des investissements plus importants qui profitent lieu à la région. Des indicateurs tels que les flux monétaires générés par les filières et le nombre d'emplois par litre de lait sont proposés (Coutre-Picard, 1999).

Dans les travaux des chercheurs, la question du poids économique se pose fréquemment en termes d'évaluation des politiques publiques. C'est notamment le cas d'études visant à estimer les politiques régionales de développement (Berriet-Sollic, Daucé, Léon, Schmitt, 2000). Nous considérons quant à nous qu'assimiler une AOC à une politique publique apparaît réducteur, tant les stratégies d'acteurs visant à mobiliser cet outil sont diverses<sup>138</sup>. Il nous semble donc plus judicieux de considérer l'AOC comme une activité économique, même si la dimension institutionnelle n'est pas exclue. Réunis au sein du réseau Dolphins<sup>139</sup>, des chercheurs de toute l'Europe réfléchissent à la question de l'évaluation à travers l'identification des liens entre signe de qualité et développement territorial. E. Stucki et S. Boisseaux proposent ainsi le "modèle du 8", fondé sur les hypothèses suivantes :

- le territoire confère au produit sa typicité,
- cette typicité est reconnue par la société (marchés, réglementations),
- la société rémunère les producteurs,

---

<sup>138</sup> Un prix du lait faible dans une AOC donnée ne signifie pas forcément que le dispositif est inefficace, mais que la mobilisation des acteurs peut être insuffisante.

<sup>139</sup> Development of Origin Labelled Products, Humanity, Innovations and Sustainability, pour plus d'informations, voir le site [www.origin-food.org](http://www.origin-food.org).

- les producteurs affectent une part de leur revenu au renouvellement des ressources territoriales et contribuent au développement (Boisseaux, Stucki, 2001)<sup>140</sup>.

Certains programmes de recherche pilotés par l'INRA<sup>141</sup> mettent également en évidence les insuffisances des approches statistiques. Le rapport coordonné par V. Olivier consacré aux retombées socioéconomiques des signes de qualité tente ainsi de cerner le lien entre présence de SOQ et dynamisme agricole. Face aux résultats quantitatifs mitigés (faible convergence), les conclusions aboutissent là encore à la nécessaire prise en compte d'autres facteurs : démographie agricole, capacité organisationnelle des acteurs, synergies entre activités (Olivier (coord.), 2003). Face à ces problèmes méthodologiques souvent insurmontables, la question de l'impact économique des AOC apparaît donc loin d'être réglée. Les résultats que nous présentons ici constituent une contribution supplémentaire à ce débat. Leur caractère partiel et discutable ne fait que renforcer notre démarche visant à dépasser ce stade quantitatif, à travers une approche plus dynamique des processus à l'œuvre.

Le caractère entremêlé des filières étudiées nous a amené à raisonner à l'échelle des pôles AOC, certains acteurs (en amont comme en aval) sont en effet présents dans plusieurs productions. Il nous faut préciser au préalable que l'écrasante majorité des unités de transformation, qu'elles soient fermières, artisanales ou industrielles, se caractérisent par une activité diversifiée et fabriquent dans le même temps des produits non AOC. Par conséquent, le fait de considérer l'ensemble des emplois d'une entreprise donnée comme imputables à la présence d'une appellation peut se révéler abusif. La démarche nous semble malgré tout pertinente si l'on admet que l'AOC est le plus souvent le produit phare de l'entreprise, et justifie de ce fait la présence d'autres produits, qui n'existeraient probablement pas dans une autre configuration. Dans certains cas toutefois, les produits AOC étaient minoritaires dans la gamme de l'entreprise, ce qui a nécessité une estimation du nombre de personnes impliquées dans la fabrication AOC, soit à l'aide des entretiens, soit à l'aide des données relatives aux quantités fabriquées. Cette nuance implique de considérer le nombre de producteurs de lait avec prudence, dans la mesure où la plupart des entreprises de taille significative disposent d'un potentiel de matière première toujours supérieur aux volumes de matière première transformés en AOC. Les données collectées demeurent cependant pertinentes, car dans la plupart des cas, les producteurs bénéficient d'une rémunération spécifique.

Le nombre d'exploitations laitières et d'emplois industriels ont ensuite été comparés à des données départementales et/ou régionales selon les cas, afin d'apprécier le poids économique des AOC vis-à-vis de l'activité agricole et industrielle globales. Pour ce qui est de l'agriculture, les informations collectées proviennent principalement du RGA, éventuellement recoupées avec des données locales et régionales. Les informations relatives aux emplois industriels et agroalimentaires proviennent des données économiques de l'INSEE<sup>142</sup> (répertoire Sirene, base de données dédiées aux entreprises et aux établissements<sup>143</sup>), également utilisées par les chambres de commerce et d'industrie. Le cas échéant, ces résultats ont pu être complétés par les enquêtes réalisées par l'ONILAIT. Enfin, les données relatives aux AOC proviennent des syndicats, de l'INAO, et des entretiens réalisés sur les différents terrains d'étude. Il convient de considérer les résultats présentés comme des ordres de grandeur. Les chiffres comparés renvoient en effet à des années différentes (par exemple 2000

<sup>140</sup> Pour une analyse plus approfondie de ces recherches, voir notamment L. Couzinet, J. Frayssignes, in C. Margetic (dir.), *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, (2004).

<sup>141</sup> Voir notamment le programme PSDR (recherches Pour et Sur le Développement Territorial).

<sup>142</sup> Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.

<sup>143</sup> Voir le site [www.sirene.tm.fr](http://www.sirene.tm.fr).

pour le RGA, et 2004 pour les données INAO les plus récentes). Ce décalage est un problème pour l'instant insurmontable. Nous pouvons seulement émettre l'hypothèse que la variation des chiffres d'une année à l'autre est faible, et ne bouleverse pas de manière significative les résultats. Ce fait est révélateur des difficultés méthodologiques d'un tel exercice. Issus de ce travail de recoupement d'informations hétérogènes, les deux tableaux ci-dessous (l'un pour les aspects agricoles, l'autre pour les aspects agroalimentaires) reprennent les principaux résultats.

**Tableau 13 : le poids économique des quatre pôles AOC dans leur région, exploitations agricoles (2004)**

	<b>Basse-Normandie</b>	<b>Centre</b>	<b>Savoie</b>	<b>Sud-Aveyron</b>
<b>Exploitations Agricoles en AOC</b>	<b>1 756</b>	<b>780</b>	<b>2 193</b>	<b>2 358</b>
<b>Exploitations laitières zone AOC<sup>144</sup></b>	13 015	1 452 (expl. caprines)	2 388	2 358 (expl. ovines)
<b>% exploitations AOC / exploitations laitières zone AOC</b>	<b>13,5 %</b>	<b>53,71 %</b>	<b>78,72%</b>	<b>100 %</b>
<b>Exploitations totales zones AOC</b>	35 762	20 918	6 297	19 370
<b>% exploitations AOC / exploitations totales zone AOC</b>	<b>4,9 %</b>	<b>3,73 %</b>	<b>34,8 %</b>	<b>12,17 %</b>

Source : enquêtes personnelles (2003-2004), données INAO (2004), RGA (2000), INSEE (2002-2003).

**Tableau 14 : le poids économique des quatre pôles AOC dans leur région, emplois industriels (2004)**

	<b>Basse-Normandie</b>	<b>Centre</b>	<b>Savoie</b>	<b>Sud-Aveyron</b>
<b>Emplois agroalim. AOC</b>	<b>1 032</b>	<b>560</b>	<b>1 048</b>	<b>1 829</b>
<b>Emplois agroalim. laitiers régionaux</b>	6 615	2 513	3 800	3 888
<b>% emplois AOC / emplois agroalim. laitiers régionaux (tous laits)</b>	<b>15,6 %</b>	<b>22,28 %</b>	<b>28,21 %</b>	<b>47 %</b>
<b>Emplois agroalim. régionaux</b>	20 200	21 000	47 500	23 000
<b>% emplois AOC / emplois agroalim. régionaux</b>	<b>5,11 %</b>	<b>2,66 %</b>	<b>2,26 %</b>	<b>7,96 %</b>
<b>Emplois indus. régionaux</b>	106 300	195 982	465 000	154 000
<b>% emplois AOC / emplois indus. régionaux</b>	<b>0,97 %</b>	<b>0,28 %</b>	<b>0,23 %</b>	<b>1,19 %</b>

Source : enquêtes personnelles (2003-2004), données INAO (2004), RGA (2000), INSEE (2002-2003) et UNEDIC (2002).

<sup>144</sup> L'expression "zone AOC" désigne le territoire couvert par l'ensemble des aires AOC du pôle considéré. Il s'agit d'un potentiel d'exploitations. Les chiffres prennent en compte l'ensemble des exploitations.

Les chiffres correspondant aux exploitations agricoles font état d'une assez grande disparité entre les régions. La Basse-Normandie se distingue des autres régions d'appellation par la part relativement faible des exploitations AOC vis-à-vis des exploitations laitières. Ailleurs, cette part est toujours majoritaire. Si l'on considère les exploitations dans leur ensemble, les chiffres donnent une idée de la spécialisation laitière des régions : très forte en Savoie et en Basse-Normandie, marginale dans le Centre. Le poids des exploitations AOC de Savoie et du Sud-Aveyron ressort ici assez nettement : plus du tiers en Savoie, près d'une exploitation sur huit dans la zone Roquefort, alors qu'il s'agit d'une activité très spécifique. Les chiffres très faibles du Centre et de la Basse-Normandie mettent quant à eux en évidence la concurrence à laquelle les exploitations AOC sont confrontées : d'origine laitière en Normandie, d'origine agricole dans son ensemble dans le Centre (grandes cultures, vignobles).

Au niveau des emplois industriels AOC, les territoires de comparaison renvoient non plus aux aires AOC, mais aux régions administratives<sup>145</sup> (Basse-Normandie, Centre, Rhône-Alpes et Midi-Pyrénées), ce qui permet de donner une première indication. D'une manière générale, l'importance économique des AOC dans l'activité agroalimentaire reste très modeste dans tous les cas (entre 2 et 8 %), et devient marginale si l'on considère l'activité industrielle dans son ensemble. La "performance" des filières d'appellation n'est pas en cause, étant donné qu'elles suivent l'évolution générale de l'activité agricole. L'analyse de la part des emplois AOC dans l'activité économique générale (tous secteurs confondus) ne présente pas de réel intérêt, du fait des pourcentages bien trop faibles, excepté pour renforcer encore davantage leur caractère marginal. Au niveau de l'industrie laitière, les emplois AOC apparaissent davantage significatifs, notamment pour Roquefort, qui constitue le principal pôle laitier de Midi-Pyrénées, avec près d'un salarié sur deux. Le chiffre n'est que de 15,6 % pour la Basse-Normandie, étant donné la forte densité laitière<sup>146</sup> de la Région. Les AOC caprines du Centre se situent à un niveau honorable, la région n'ayant pas de réelle tradition laitière.

Ainsi, qu'il s'agisse d'emploi agricole ou agroalimentaire, le principal enseignement tiré de ces deux tableaux réside dans le caractère finalement très modeste de l'activité liée aux AOC vis-à-vis de l'activité globale. C'est cette idée qu'il convient de garder en mémoire durant tout le reste de la démonstration. Aussi importantes soient-elles, les filières d'appellation ne représentent qu'une part marginale de l'activité économique d'un territoire, hormis quelques exceptions locales.

Certaines données spécifiques à chaque terrain d'étude méritent d'être précisées ici<sup>147</sup>. En dépit de la forte notoriété des fromages AOC bas-normands, l'importance économique en termes d'exploitations et d'emplois industriels demeure faible. Il est intéressant de s'arrêter sur le Pays d'Auge – plus précisément la zone d'emplois de Lisieux – qui cumule 460 des 1 032 emplois AOC, avec des "poids lourds" tels que la Fromagerie de Saint-Maclou (marque Lepetit, 100 salariés) et la Société Fromagère d'Orbec (marque Lanquetot, 120 salariés). L'activité laitière est déterminante pour ce territoire, dans la mesure où ces emplois représentent plus de 23 % des emplois agroalimentaires (contre seulement 5,11 % à l'échelle de la Région), et tout de même près de 5 % des emplois industriels. Pour ce qui est de la

---

<sup>145</sup> Disponibles uniquement à l'échelle régionale, ces chiffres demeurent pertinents, étant donné que la grande majorité des unités de transformation sont localisées dans la région de référence. La fromagerie du Plessis est située en Haute-Normandie, mais devrait bientôt être "rapatriée" dans le Calvados (zone Livarot). La fromagerie du Massegros (Lozère) est située hors de la Région Midi-Pyrénées.

<sup>146</sup> L'expression de densité laitière renvoie à la concentration de producteurs sur une même zone.

<sup>147</sup> Les données qui suivent sont tirées des bases de données Agreste et Sirene, des chambres d'agriculture et des DRAF de Basse-Normandie, du Centre, de Rhône-Alpes, de Midi-Pyrénées et de Languedoc-Roussillon, ainsi que des entretiens réalisés sur les différents terrains.



Région Centre, le caractère marginal de l'activité caprine est avéré. Même si l'on réduit la comparaison aux quatre départements qui cumulent l'intégralité des emplois industriels en AOC ainsi que la très grande majorité des exploitations (Cher, Indre, Indre-et-Loire et Loir-et-Cher), l'activité AOC représente alors à peine 7 % des emplois agroalimentaires. Par ailleurs, la production fermière AOC – importante en Région Centre avec environ 250 producteurs – ne concerne que 8 % des exploitations des zones AOC où l'on trouve une activité de transformation sur place. Ce chiffre illustre la prépondérance de l'activité viticole, mais également le caractère dilué des produits fermiers AOC, qui cohabitent avec des productions génériques variées (bûches, crottins, pyramides...). Outre Rhône-Alpes, les emplois industriels des AOC de Savoie et de Haute-Savoie peuvent être comparés aux données relatives à ces deux départements. Dans cette perspective, les fromagers et affineurs AOC représentent alors 55,5 % des emplois laitiers bi-départementaux, et de tout de même 10,4 % de l'activité agroalimentaire. La production fermière en AOC (aux alentours de 300 individus) concerne quant à elle environ 40 % des exploitations situées à l'intérieur des zones d'appellation ayant une activité de transformation. L'AOC Chevrotin et ses 32 producteurs représentent seulement 10,8 % des exploitations caprines de l'aire d'appellation. C'est dans le Sud-Aveyron que les emplois liés à l'AOC sont les plus significatifs, d'une part du fait de l'importance économique de la filière, et d'autre part à cause d'une activité globale beaucoup moins diversifiée que sur les autres terrains d'étude<sup>148</sup>. Si l'on réduit le champ de comparaison aux deux départements où sont localisées les fromageries (Aveyron et Lozère), les emplois AOC représentent plus du tiers des emplois agroalimentaires, et encore près de 10 % des emplois industriels. L'obtention de l'AOC Pérail (environ 35 emplois supplémentaires) ne ferait qu'accroître un peu plus ce rapport. En termes agricoles, l'importance de l'activité s'évalue aussi à l'échelle nationale : les exploitations livrant leur lait aux industriels de Roquefort représentent en effet 39 % des 6 000 exploitations ovines laitières françaises.

Ces estimations sont le résultat de trajectoires productives et institutionnelles spécifiques. Si l'instauration d'une aire d'appellation implique la fixation d'une activité sur un espace, cette fixation va dépendre en grande partie du degré de protection juridique du produit. C'est pourquoi il nous semble maintenant nécessaire d'évoquer les processus ayant abouti à la protection de quelques fromages AOC significatifs, ainsi que les impacts spatiaux encore prégnants aujourd'hui. Certaines AOC de notre "échantillon" revêtent en effet une caractéristique bien particulière, celle de cohabiter avec un produit générique ayant une dénomination très proche. C'est le cas du Crottin de Chavignol, du Sainte-Maure de Touraine (les termes crottin et sainte-maure ne sont pas protégés), et du Camembert de Normandie. Ces protections partielles ne sont pas sans influencer l'impact territorial de ces AOC, sans qu'il soit toujours aisé de déterminer comment. L'examen de ces trajectoires est susceptible d'apporter quelques éléments de réponse.

## **1.2. Du Camembert fabriqué en Normandie au Camembert de Normandie : l'histoire d'une protection à géométrie variable**

Historiquement, le Camembert est loin d'être le fromage le plus ancien de Normandie. Le Livarot et le Pont-l'Évêque sont largement antérieurs, la palme de l'ancienneté revenant au Neufchâtel, connu depuis le XI<sup>ème</sup> siècle. La légende situe l'origine du Camembert autour de l'année 1791, où Marie Harel, habitante du village du même nom, aurait caché un prêtre

<sup>148</sup> Dans un dossier consacré à cette question publié dans Midi-Libre en 1997, S. Guiraud estime que 45 % des emplois industriels de l'arrondissement de Millau sont directement liés à l'industrie roquefortaise, qui représenterait environ 10 000 actifs au total (emplois indirects et induits) (Guiraud, 1997).

réfractaire qui lui aurait suggéré d'adopter pour ses fromages le procédé de fabrication du Brie, région d'origine de ce dernier. Dans son ouvrage consacré à l'histoire du Camembert, P. Boisard évoque l'existence de textes datés de 1702 évoquant le fromage. La légende se révèle en revanche crédible au sujet de l'origine géographique du Camembert et de la notoriété de Vimoutiers, le chef-lieu de canton (Boisard, 1992)<sup>149</sup>. Le Camembert va connaître un développement important à partir du milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle avec l'arrivée du chemin de fer, qui rapproche la Normandie des consommateurs parisiens et du marché de Rouen. Réalisé au départ dans le cadre d'une production fermière et individuelle, le Camembert va très vite gagner le Pays d'Auge dans son ensemble, à travers l'émergence d'une catégorie d'agriculteurs aisés, qui vont peu à peu devenir artisans en achetant du lait dans les fermes environnantes. Les premières fromageries apparaissent vers la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle et commencent à se multiplier dans toute la Normandie. Sous l'égide des descendants de Marie Harel, cette industrialisation précoce est une caractéristique essentielle du Camembert, qui s'oppose en cela au Livarot et au Pont-l'Évêque, restés majoritairement fermiers jusqu'à une époque récente. Grâce à un succès commercial grandissant, la production de Camembert prend une ampleur nationale, avec l'affirmation de nouvelles régions telles que le Centre, les Pays de Loire et Poitou-Charentes. Les industriels normands réagissent en 1909 en créant le Syndicat des Fabricants du Vritable Camembert de Normandie (SFVCN), dont l'objectif est de réserver la dénomination "Camembert" aux départements de Haute et de Basse-Normandie. Une plainte est déposée en 1926 auprès du Tribunal d'Orléans contre la Coopérative de Ligueil (Indre-et-Loire). La voie judiciaire sera un échec puisque le Tribunal déboute le syndicat et fait entrer le Camembert dans le domaine public.

Plus rien ne peut empêcher désormais l'extension spatiale du Camembert. De nouvelles techniques de fabrication sont mises au point par des industriels de l'Est, ce qui permettra à la Lorraine de devenir un important bassin de fabrication. L'arrivée de la pasteurisation dans les années 1950 achève le développement du fromage, qui connaît une diffusion nationale. Après 1968, le Grand Ouest et la Lorraine se désengagent de la production de pâtes molles. Le Camembert va donc partiellement se recentrer sur sa région d'origine, qui représente en 1984 plus des deux tiers de la production nationale. Cette nouvelle évolution s'explique en partie par la stratégie des industriels normands, qui mettent en avant l'origine de leur produit en instaurant des standards de fabrication (45 % de matière grasse, 100 grammes de matière sèche) et un label "Vritable Camembert de Normandie" (1968).

La dernière étape correspond à l'obtention de l'AOC en 1983. Un certain nombre de transformateurs souhaitaient se démarquer de la logique industrielle du Camembert fabriqué en Normandie, et lancent une demande d'appellation pour un produit au lait cru moulé à la louche : *"A l'époque, le choix était simple, soit on fermait les usines en lait cru et moulage manuel – c'était un travail pénible – soit on essayait de mettre en place un équilibre entre lait cru et lait pasteurisé. L'AOC a permis de sauvegarder le lait cru"*<sup>150</sup>. Portée intégralement par les industriels, la démarche correspond finalement à une segmentation du marché par le haut. Le décret rend d'ailleurs compatible la coexistence entre l'AOC "Camembert de Normandie", au lait cru et moulé à la louche, et le "Camembert fabriqué en Normandie", pasteurisé, mais dont les standards technologiques permettent une différenciation avec le Camembert générique, défini dans le Codex Alimentarius à l'échelle mondiale.

<sup>149</sup> L'histoire de l'évolution du fromage est largement évoquée dans cet ouvrage, nous renvoyons le lecteur à cette référence pour plus de détail.

<sup>150</sup> Un représentant des industriels normands.

Ainsi, la filière Camembert française prend la forme d'une "fusée à trois étages" : 140 000 tonnes en 2002, dont 90 000 pour la seule Normandie. L'AOC représente environ 13 000 tonnes. Cette évolution particulière explique la situation actuelle, totalement inédite pour une AOC fromagère, où cohabitent plusieurs dénominations très proches, mais aux logiques distinctes. Il en résulte pour le consommateur une importante confusion. G. Giraud et A. Lebecque estiment à cet égard que la qualité du Camembert est construite par la filière, mais non perçue par les consommateurs, qui distinguent mal les différents segments de marché. Leur acte d'achat est donc plus réflexe que réfléchi, ce qui avantage la marque au détriment de toute autre distinction, dont l'AOC (Giraud, Lebecque, 2000). Les professionnels de la filière sont conscients de cette situation : *"L'AOC Camembert a une particularité par rapport aux appellations comme le Reblochon, le Roquefort. Il existe du Roquefort, mais il n'existe pas autre chose à côté. Le Camembert, il y en a au moins trois. Il y a le Camembert de Normandie, qui est d'appellation d'origine. Il y a le Camembert fabriqué en Normandie : tous les Camemberts fabriqués dans la région normande. Et puis il y a le Camembert tout court, en Charente par exemple. C'est un peu difficile de faire cohabiter tout ça"*<sup>151</sup>.

Relativement éloignés au départ, le Camembert de Normandie AOC et le Camembert fabriqué en Normandie connaissent depuis une vingtaine d'années un rapprochement, tant au niveau technologique que du point de vue du marketing. Le produit d'appellation a fait l'objet d'une recherche permanente de rationalisation industrielle, qui se manifeste notamment à travers l'apparition du robot de moulage au milieu des années 1980, utilisé aujourd'hui par l'ensemble des grands opérateurs de la filière<sup>152</sup>. A l'opposé, les fabricants de Camembert pasteurisé ont constamment amélioré les qualités organoleptiques de leurs produits et privilégié un marketing faisant référence à des valeurs de terroir. L'exemple le plus frappant est sans conteste le lancement par le groupe Lactalis du "Camembert de Campagne Président", très proche du produit AOC en termes d'image : *"Le Camembert de Campagne, c'est un coup de poignard dans le dos pour les AOC. C'est toute l'image de l'AOC sans les contraintes de l'AOC. C'est du lait pas forcément originaire de Normandie. Par contre, il y a une super pub, où on voit une belle maison normande, du foin"*<sup>153</sup>. Les débats actuels relatifs au lait cru, le seul véritable élément de différenciation, témoignent également de ce rapprochement. Sans le remettre en cause de manière frontale, certains acteurs de la filière AOC estiment que le risque inhérent à l'utilisation de lait cru est trop important à certaines périodes de l'année, et qu'un assouplissement est souhaitable face aux normes sanitaires de plus en plus strictes : *"C'est clair, sous dix ans, on ne pourra plus travailler au lait cru, du fait de l'évolution de la barrière sanitaire. On va toujours trouver des germes. Aujourd'hui, dans le lait stérilisé, on trouve des thermorésistants. La nature microbiologique a horreur du vide. S'il y a d'autres pépins, on tuera notre produit et on fera du pasteurisé. C'est peut-être malheureux de parler comme ça"*<sup>154</sup>. Cette question du lait cru est quoi qu'il en soit déterminante pour l'avenir de l'AOC et sa différenciation vis-à-vis du reste de la production.

En définitive, les destinées des deux produits sont intimement liées. Certains interlocuteurs nous font d'ailleurs remarquer le caractère très particulier de la protection régionale du Camembert fabriqué en Normandie, finalement très proche d'une appellation : *"En dehors des marques normandes, ne subsistent rien que des marques locales. On fait à peu*

<sup>151</sup> Un directeur de fromagerie.

<sup>152</sup> Ce rapprochement est constaté par P. Boisard et M.-T. Letablier, qui dès 1987 mettent en évidence le caractère flou et évolutif de la frontière entre le modèle domestique (Camembert AOC) et le modèle industriel (Camembert générique).

<sup>153</sup> Un producteur de lait.

<sup>154</sup> Un directeur de fromagerie.

*près 85 % des Camemberts en France. Un Camembert fabriqué en Midi-Pyrénées n'a aucune chance de se vendre hors de Midi-Pyrénées*"<sup>155</sup>. L'origine normande du Camembert est donc aujourd'hui encore une caution quasi-indispensable pour occuper une place significative sur ce marché. Les marques nationales (Président, Cœur de Lion...) se réclament d'ailleurs de cette origine. Certaines entreprises n'ont d'ailleurs pas hésité à rapatrier leur production en Normandie pour continuer à exister (exemple de Bridel, situé au départ en Bretagne). Il est évident que la trajectoire particulière de la filière Camembert conditionne aujourd'hui le poids économique de l'AOC. Une protection intégrale du produit aurait sans doute contribué à une ampleur accrue de son impact territorial. On peut également imaginer que la notoriété du Camembert ne serait pas aussi importante. Le fromage normand n'aurait pas acquis le statut de symbole national, idée largement évoquée dans l'ouvrage de P. Boisard.

La spécificité de l'AOC normande réside incontestablement dans l'existence d'un Camembert fabriqué en Normandie, que l'on pourrait qualifier de "semi-générique" du fait de son enracinement régional. Avec des tonnages beaucoup plus modestes (autour de 1 000 tonnes chacune), les appellations Crottin de Chavignol et Sainte-Maure de Touraine correspondent quant à elles à deux termes non protégés (crottin et sainte-maure) auxquels on a rajouté une origine précise. Ces deux AOC cohabitent donc directement avec un générique, sans qu'il existe une production intermédiaire comme pour le Camembert de Normandie.

### **1.3. Le Crottin de Chavignol : un générique néfaste ou complémentaire au produit d'appellation ?**

Historiquement, la présence des chèvres est très ancienne en Région Centre. L'élevage caprin était destiné à une production de petits fromages gérée par les femmes, et dans un premier temps, consommée sur place. La vente locale permettra par la suite de procurer un revenu d'appoint. Cette activité a longtemps correspondu à une économie marginale, la chèvre étant considérée comme la "vache du pauvre". Les différentes AOC caprines qui existent aujourd'hui résultent d'une différenciation des formes et des tailles de fromages (pyramide, rond, bûche...). Les savoir-faire sont par contre restés très proches (caillage lactique). Si l'on remonte 150 ans en arrière, le Sancerrois est une région pauvre où survivent de petites exploitations non spécialisées, malgré une activité viticole déjà significative. La chèvre, présente dans toutes les fermes, permet la production d'un fromage proche de la forme actuelle du crottin. Les années 1870-80 voient un premier développement commercial sur les marchés, notamment à Bourges. Les années 1894-99 correspondent à la crise du phylloxéra, et donc de l'ensemble de l'activité viticole sancerroise. G. Gilbank note alors que l'activité caprine change de statut et devient une alternative crédible, aidée en cela par l'arrivée du chemin de fer. La diffusion vers Paris des fromages de Sancerre va croître et favoriser l'émergence d'une nouvelle catégorie d'éleveurs, qui se spécialisent dans le ramassage des fromages dans les fermes. Le métier d'affineur fait alors son apparition, et favorise la spécialisation des exploitations (Gilbank, 1987).

Si le terme "crottin" semble exister depuis les origines – sans que son étymologie soit clairement établie<sup>156</sup> – les fabricants de Chavignol (lieu-dit proche de Sancerre) acquièrent à partir des années 1950 une réputation commerciale incontestable, ce qui rendra le choix de la dénomination "Crottin de Chavignol" évident au moment de l'obtention de l'AOC en 1976.

---

<sup>155</sup> Un technicien de la Chambre Départementale d'Agriculture de la Manche.

<sup>156</sup> Le terme crottin semble dérivé de "crot", mot d'origine berrichonne désignant pour certains un lavoir, un trou de glaise, pour d'autres une petite lampe à huile.

Pour la plupart toujours en activité, ces affineurs (Dubois-Boulay, Crochet, Denisot) tentent en 1962-63 de préserver leur avantage commercial en déposant une demande de protection concernant une zone très réduite autour de la commune de Sancerre : *"Les affineurs de Chavignol voulaient protéger leur appellation. Quand les gens d'ailleurs ont voulu prendre ce nom là, il y a eu un procès. Au départ, les gens de Chavignol étaient sûrs d'eux parce qu'ils habitaient à Chavignol. Mais il n'était pas question d'appellation d'origine. C'est là où on s'est rendu compte dans des archives que le nom de Crottin de Chavignol était mentionné dès 1800, mais qui n'était pas forcément fait à Chavignol. D'où la perte du procès"*<sup>157</sup>. Effectivement, le Tribunal de Bourges rend un jugement défavorable aux affineurs en 1965 et leur interdit de s'approprier la marque Crottin de Chavignol, qui demeure générique.

L'idée d'une protection, cette fois-ci à travers une AOC, réapparaît en 1973 avec la création, à l'initiative de producteurs fermiers, d'un syndicat du Crottin de Chavignol. La zone correspond alors aux aires de collecte des affineurs. Jusque-là majoritairement fermière, la production de crottin se réalise de plus en plus en laiteries, notamment sous l'impulsion de la fromagerie Triballat, basée à Rians, et aujourd'hui acteur majeur de la filière, qui profite d'un marché très porteur dans les années 1975-80 : celui des fromages de chèvre chauds pour les salades. Le décret instaurant l'appellation paraît en 1976. L'objectif est alors de différencier le produit du crottin générique, qui se développe partout dans la région et en Poitou-Charentes. Les conditions de production sont peu spécifiées, même si les pratiques apparaissent relativement homogènes. Loin de se limiter au Sancerrois, l'aire d'appellation s'étend sur une grande partie du département du Cher, mais aussi des communes du Loiret et de la Nièvre.

Ainsi, comme pour le Camembert de Normandie, le Crottin de Chavignol est confronté à un crottin générique. Dans les années 1970, le crottin produit dans le Sancerrois pouvant légitimement prétendre à l'appellation "Crottin de Chavignol" représentait plus de 80 % des volumes de fromages de chèvre de type crottin fabriqués en France. Aujourd'hui, la proportion n'est plus que de 25 %, et tend encore à se réduire<sup>158</sup>. Le crottin est d'ailleurs très présent dans la zone même de production AOC, puisque la majorité des opérateurs – laitiers, fermiers et affineurs – fabriquent simultanément les deux produits. Le Crottin de Chavignol AOC a progressivement vu son statut évoluer durant les trente dernières années. Incontournable avant même l'obtention de l'AOC, le très fort développement du crottin a amené les professionnels à commercialiser des fromages de plus en plus jeunes, pour répondre à la demande. Cette évolution a finalement contribué, comme pour le Camembert, à rapprocher le produit AOC du générique, et à lui faire subir une concurrence de plus en plus forte, vendus à des prix plus attractifs. Le groupe Triballat Rians commercialise par exemple des Crottins de Chavignol AOC (notamment au rayon coupe) et des crottins génériques sous sa marque "Rians" (principalement en LS), ce qui fait également de lui un intervenant majeur sur ce marché. Ainsi, en dépit d'un marketing bien séparé, les deux produits apparaissent proches pour les consommateurs, d'une part à cause d'une technologie identique, et d'autre part car la marque Rians est clairement positionnée sur des pratiques spécifiques (sans exclure la modernité) et sur des ingrédients naturels, autant de valeurs compatibles avec une AOC.

Cependant, à la différence du Camembert, produit de manière quasi-exclusive en laiterie, la forte production fermière de crottin implique également une confusion au sein même de l'aire d'appellation, et pas seulement sur les linéaires. Outre le fait qu'ils commercialisent eux-mêmes des quantités variables de produits génériques, les 130

---

<sup>157</sup> Un affineur de Crottin de Chavignol.

<sup>158</sup> Source : Syndicat du Crottin de Chavignol (2004), données croisées avec les chiffres 2004 du crottin de l'enquête mensuelle laitière (ONILAIT)

producteurs fermiers AOC cohabitent avec environ autant de producteurs non AOC. Les facteurs d'explication de cette situation sont également à rechercher dans les pratiques des acteurs, fortement diversifiées. La vente aux locaux concerne une importante part de produits frais (moins de dix jours) ne pouvant bien entendu prétendre à l'appellation : *"C'est surtout lié au fait qu'on a des clients qui veulent des fromages à un stade plus frais, qui n'est pas suffisamment affiné pour pouvoir le vendre en AOC Chavignol"*<sup>159</sup>. Par ailleurs, de très nombreux producteurs pourraient demander à bénéficier de l'appellation, mais ne le font pas car ils estiment, souvent à juste titre dans le cas d'une commercialisation locale, que l'AOC ne leur procurerait aucune valeur ajoutée supplémentaire. La perspective de faire l'objet de contrôles par des techniciens du syndicat ou de l'INAO semble également jouer un rôle dissuasif : *"Quand on fait un produit de qualité et qu'on bénéficie de la notoriété de la zone, ça ne vaut pas le coup d'aller payer une adhésion"*<sup>160</sup>. De nombreux producteurs AOC interrogés déplorent cette situation, préjudiciable selon eux à l'image du Crottin de Chavignol : *"Ça me fait mal au ventre de voir un producteur qui a mis un panneau au bord de la route, qui est dans la zone d'appellation, qui produit du fromage qui est dans les clous, mais qui ne demande pas à être contrôlé. C'est dommage qu'il y ait au sein de la zone des gens qui fassent autre chose que de l'appellation. Mais ils n'en ont pas besoin"*<sup>161</sup>. Il n'est donc pas rare de voir des panneaux annonçant une vente directe de crottins, situés à proximité de la signalétique officielle de l'AOC (figure ci-dessous), parfois dans les mêmes exploitations : *"C'est un problème par rapport à ceux qui sont dans l'appellation, il y a une injustice. Il y a une confusion totale pour les gens de passage. Le touriste ne cherche pas à comprendre pourquoi celui-là a une appellation et pourquoi celui-là non. Donc, il y en a qui vivent de l'AOC sans avoir de contraintes, et qui jouent sur la confusion"*<sup>162</sup>. En soi, la cohabitation entre deux produits voisins n'est pas gênante, mais seulement à condition que les différences soient clairement perçues, ce qui n'est pas actuellement le cas étudié.

**Photo 1 : les signalétiques relatives aux crottins AOC et génériques dans la région de Sancerre**



Clichés réalisés par J. Frayssignes, commune de Saint-Céols (Cher), 2004.

<sup>159</sup> Un producteur fermier de Crottin de Chavignol AOC.

<sup>160</sup> Un producteur fermier de Crottin de Chavignol AOC et de crottin générique.

<sup>161</sup> Un producteur fermier de Crottin de Chavignol AOC. A noter que cette dernière remarque sur l'absence de besoin pourrait s'appliquer à l'ensemble des AOC caprines de la Région Centre : les produits génériques étant généralement vendus aussi chers que les produits AOC.

<sup>162</sup> Une technicienne du Syndicat du Crottin de Chavignol.

L'AOC Crottin de Chavignol semble avoir des difficultés à rallier les producteurs, la balance entre avantages et inconvénients apparaissant défavorable. Actuellement, le développement de la production hors AOC (laitière et fermière) pose question aux organisations professionnelles du département, qui s'interrogent sur les stratégies de soutien à mettre en place : *"On a des entreprises qui pour le moment souhaitent collecter des producteurs pour des génériques. Est-ce qu'on monte des ateliers caprins hors AOC, et on assume ? Ou est-ce qu'on laisse les entreprises collecter en dehors de la région, voire importer ?"*<sup>163</sup>. Les signes d'une dynamique visant à une meilleure différenciation de l'AOC sont cependant réels. Si jusqu'à ces dernières années, la ligne directrice de la fromagerie Triballat consistait à produire deux crottins quasiment de la même manière, la culture d'entreprise semble évoluer. Un travail technologique spécifique au Crottin de Chavignol AOC semble être en passe de s'engager, ce qui viendrait renforcer la politique de rémunération des producteurs menée par l'entreprise, caractérisée par une prime spécifique à l'AOC, conditionnée pour l'instant à la seule présence du producteur dans la zone. Au niveau du syndicat AOC, les réflexions portent sur l'introduction d'un marqueur AOC, sur le modèle des plaques de caséine des fromages de Savoie. Enfin, l'allongement de la durée d'affinage pourrait permettre une meilleure différenciation. Cette éventualité semble aujourd'hui en contradiction avec les pratiques de consommation : *"La durée d'affinage nous vient d'une culture de l'INAO. Les grandes références, ce sont les fromages de garde, le Comté. De là, découle l'idée qu'il faut un minimum d'affinage. Nous, les gens ont toujours mangé le crottin en sortie de faisselle, jusqu'à très affiné. Ça c'est toujours vendu comme ça"*<sup>164</sup>.

La crise de commercialisation rencontrée aujourd'hui par le fromage est en partie imputable à une perte de parts de marché vis-à-vis de crottins génériques. Toutefois, la dénomination crottin apparaît comme indispensable aux opérateurs de la filière AOC dans la gestion de leur production, étant donné qu'elle leur octroie une solution de dégagement en cas de surproduction. Les destins des deux produits sont donc intimement liés, ce qui annihile pour l'instant toute volonté de démarche visant à une protection intégrale du produit. Ce dernier élément constitue une différence notable avec l'AOC Sainte-Maure de Touraine, où un projet de rapatriement du nom est actuellement à l'étude.

#### **1.4. L'AOC Sainte-Maure de Touraine : vers le rapatriement d'une dénomination générique**

En Touraine (qui correspond approximativement au département d'Indre-et-Loire), la production fromagère est présente depuis l'époque de Charlemagne, la forme de la bûche apparaît quant à elle vers la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle. Les fromages commercialisés sur le marché de Sainte-Maure acquièrent très vite une importante notoriété et connaissent un développement qui suscite des convoitises de la part d'intervenants extérieurs au département (industriels de Poitou-Charentes). Ces derniers décident d'ailleurs de déposer en 1968 le terme "sainte-maure" pour développer leur propre production de fromage de chèvre. Malgré son caractère abusif, ce dépôt ne soulève aucune protestation dans la région d'origine du produit : *"Ils s'en fichaient. Aucune tentative n'a été faite. J'ai regardé les archives. On vendait ce qu'on appelait le Sainte-Maure de Touraine pour une heure de travail du SMIG de l'époque. Les producteurs étaient plus intéressés à maintenir leur acquis, leurs animaux"*<sup>165</sup>.

<sup>163</sup> Un technicien de la Chambre Départementale d'Agriculture du Cher.

<sup>164</sup> Un technicien du syndicat du Crottin de Chavignol.

<sup>165</sup> Un technicien du syndicat du Sainte-Maure de Touraine.

Il faut attendre la fin des années 1980 pour voir émerger une volonté de protection, qui prend finalement la forme d'un label régional, dont l'aire correspond alors à l'Indre-et-Loire et à l'ensemble des cantons limitrophes. Confrontés à des crises récurrentes, un certain nombre de producteurs fermiers se regroupent et lancent une demande de reconnaissance en appellation d'origine auprès du CNAOF. A noter que ces producteurs étaient dans leur très grande majorité situés hors du canton de Sainte-Maure : *"Quand on a lancé l'appellation, les gens de Sainte-Maure n'y étaient pas favorables. Ce sont des gens de l'extérieur qui l'ont porté. Les gens de Sainte-Maure voulaient garder ce petit avantage acquis et se partager le marché. Mais c'était juste une réputation"*<sup>166</sup>. Ce contexte particulier explique pourquoi l'aire AOC est restée fondée sur la zone du label régional, le CNAOF n'ayant pas souhaité modifier la délimitation à l'époque, fondée sur des considérations administratives et sur les aires de collecte des transformateurs. Le Sainte-Maure de Touraine obtient finalement son appellation en 1990. Si le cahier des charges se révèle muet sur les conditions d'élevage des animaux, la fabrication est quant à elle bien encadrée, pour permettre une certaine démarcation vis-à-vis du sainte-maure générique<sup>167</sup> : *"La plupart des acteurs savaient qu'il fallait faire quelque chose, sinon ils auraient été absorbés par le sainte-maure ordinaire. La grande idée, c'était d'être différent du sainte-maure. C'est l'appellation qui a forgé le produit"*<sup>168</sup>.

Aujourd'hui, le Sainte-Maure de Touraine AOC représente 1 200 tonnes de fromage, tandis que le sainte-maure générique industriel avoisine les 6 000 tonnes, chiffre auquel il convient de rajouter une production fermière très difficile à évaluer qui oscillerait entre 3 et 6 000 tonnes, soit une production générique totale située entre 9 et 12 000 tonnes. Les fabrications de fromage de chèvre de type bûche s'élèvent quant à elles à 38 000 tonnes pour l'année 2004<sup>169</sup>. L'essentiel des fabrications génériques est originaire de Poitou-Charentes et concerne des coopératives telles que le GLAC et Eurial Poitouraine (cette dernière étant également présente dans la filière AOC). Le sainte-maure est donc une forme réservée définie par décret<sup>170</sup>, qui impose uniquement l'utilisation de lait de chèvre, quelle qu'en soit l'origine. Pratiques fréquentes, les importations de lait en provenance des pays de l'Est permettent de réduire fortement les coûts de production, ce qui génère une forte concurrence pour le Sainte-Maure de Touraine AOC. Les stratégies de différenciation semblent malgré tout plus aisées en Sainte-Maure de Touraine que pour le Crottin de Chavignol. En effet, pour éviter les confusions, un deuxième décret paru en 1998 a permis d'instaurer un marqueur prenant la forme d'une paille gravée au laser, sur laquelle sont précisés le nom du fabricant et la dénomination "Sainte-Maure de Touraine". Procédé rendu facile par la forme même du fromage, la paille constitue, en dépit de son coût élevé, un outil de promotion supplémentaire, qui n'est pas sans susciter l'envie des autres AOC caprines de la région : *"Malheureusement, tout le monde n'a pas la chance d'avoir une paille à mettre dans son fromage. C'est super en Sainte-Maure de Touraine. Nous, on n'a rien trouvé"*<sup>171</sup>.

En parallèle de la révision du cahier des charges, les acteurs du syndicat du Sainte-Maure de Touraine souhaitent rapatrier la dénomination "sainte-maure" dans sa région d'origine, et d'empêcher son usage par des opérateurs extérieurs. A l'instar de la fromagerie Triballat Rians dans le Cher, le groupe coopératif Eurial Poitouraine est le principal fabricant

<sup>166</sup> Un technicien du syndicat du Sainte-Maure de Touraine.

<sup>167</sup> Moule tronconique au format bien défini, moulage à la louche, congélation du caillé interdite, lait cru obligatoire et affinage minimal de dix jours (nouveau par rapport au label et par rapport aux pratiques de la région en général, où la majorité des fromages étaient vendus frais).

<sup>168</sup> Un technicien du syndicat du Sainte-Maure de Touraine.

<sup>169</sup> Source : INAO et ONILAIT, enquête mensuelle laitière, résultats nationaux, janvier 2005.

<sup>170</sup> Décret n°88-126 du 30 décembre 1988, dit "décret fromages", actuellement en cours de révision.

<sup>171</sup> Un producteur fermier de Crottin de Chavignol.



de Sainte-Maure de Touraine AOC, mais également un important producteur de sainte-maure générique. Même si l'on observe une inflexion dans la stratégie de communication du groupe, qui met de moins en moins en avant le terme "sainte-maure" sur les étiquettes des produits, au profit du terme "bûche", les conflits à venir pourraient être vifs, au vu des importants changements qu'une telle opération pourrait provoquer. Obtenue en 2002, l'AOC Valençay a également fait l'objet d'une relocalisation, même si le nom s'était relativement peu évadé de l'aire d'appellation. Les changements n'en ont pas moins été importants pour les entreprises exclues de la zone : *"On a dû remplacer "Valençay" par "Pyramide de chèvre". Aujourd'hui, je ne fabrique plus. Ma production s'est écroulée, du fait que je ne pouvais plus utiliser le nom. La notoriété du produit est évidente. Et là, c'était sur un tout petit produit. Les enjeux en Sainte-Maure sont complètement différents"*<sup>172</sup>. Pour parvenir à ses fins, le syndicat doit mettre en évidence les liens qui unissent le fromage à son terroir, ce qui devrait nécessiter une réduction de l'aire AOC, trop vaste à l'heure actuelle. Néanmoins, au-delà des considérations agronomiques, une démarche de ce type est aussi, aux dires des acteurs, éminemment politique, la capacité des acteurs à trouver des appuis s'avérera donc également décisive. Si la clarification du marché est probable, l'impact d'une telle démarche sur les volumes de Sainte-Maure de Touraine est difficile à évaluer. La place laissée libre par le sainte-maure devrait profiter en partie à l'AOC. Le changement occasionné dans les linéaires devra faire l'objet d'un accompagnement, ne serait-ce que pour éviter une confusion supplémentaire.

### 1.5. Ancrage territorial, protection des produits et développement agricole : le cas des protections "intégrales"

Les exemples qui viennent d'être évoqués illustrent toute la complexité des processus historiques liés à la protection d'un nom. L'analyse a permis de montrer comment des trajectoires productives fondées sur une protection partielle engendraient des bassins distincts, bien que souvent intimement liés. Il est également intéressant de constater toute la difficulté, voire l'impossibilité, d'une éventuelle relocalisation lorsque la production générique est devenue trop importante et s'est "évadée" depuis trop longtemps. Les configurations des bassins de productions restreignent donc les marges de manœuvre des acteurs.

En contrepoint, certaines AOC se caractérisent par une protection "intégrale", qui empêche a priori tout développement d'une production générique. Des filières d'envergure comme le Roquefort ou le Reblochon sont dans cette situation, il s'agit de dénominations "indivisibles", correspondant à un produit et un seul. Ainsi, l'histoire de l'appellation Roquefort est d'abord celle d'une lutte pour la suppression de toute forme de concurrence, jugée déloyale. La loi de 1925 a en effet permis d'écarter du marché tout fromage produit à partir de lait de vache et/ou affiné dans une cave située ailleurs qu'à Roquefort<sup>173</sup>. Le "verrouillage" est d'autant plus fort que l'affinage et le conditionnement ne peuvent avoir lieu que sur une seule et unique commune. Cette obligation est fondamentale dans la perspective de maintien de l'activité dans l'aire d'appellation : *"La grande force de Roquefort, c'est la réglementation. Les caves sont un tout petit secteur, et ensuite le stockage et le conditionnement sur la commune. Parce que si le stockage et le conditionnement n'étaient pas une obligation sur la commune, ce serait parti ailleurs. Ce serait le même problème pour tous les industriels. C'est la force de l'AOC de garder le maximum de valeur ajoutée sur le produit. Ça permet de garder toute la plus-value sur la région. Autrement tout serait parti"*<sup>174</sup>. La

<sup>172</sup> Un fabricant de Sainte-Maure de Touraine.

<sup>173</sup> A propos de ces caves, G. Mergoïl parle de "caves bâtarde" (Mergoïl, 1987).

<sup>174</sup> Un producteur de lait de brebis.

dénomination Reblochon a quant à elle la particularité de désigner une pratique agricole<sup>175</sup>, et non pas un espace géographique. Malgré cela, la protection inscrite dans les différents décrets AOC concerne aussi bien les termes "Reblochon" que "Reblochon de Savoie". Un jugement rendu par le Tribunal d'Annecy en 1937 avait pourtant fait tomber le terme Reblochon dans le domaine public. La production était alors devenue nationale (Aisne et Allier notamment). Lors de la mise en place de l'AOC en 1968, les acteurs sont malgré tout parvenus à rapatrier le nom dans sa région d'origine, et à éviter ainsi une situation similaire à celle du Camembert de Normandie. Les choses ne sont malgré tout jamais totalement figées, étant donné qu'aujourd'hui, le Reblochon souffre de plus en plus de la concurrence de produits à tartiflette fabriqués à moindre coût dans l'Est ou en Auvergne.

En définitive, la capacité d'une AOC à fixer la production agricole et agroalimentaire sur le territoire de l'aire d'appellation dépend directement du degré de définition – et donc de protection – du produit. Les protections partielles observées en Camembert de Normandie, en Crottin de Chavignol ou en Sainte-Maure de Touraine résultent toutes d'une appréciation judiciaire du problème. Dans ces trois cas, il semble que les acteurs de l'époque n'aient pu, ou souhaité, faire la preuve du bien-fondé de leur démarche, et du caractère spécifique de leur produit, autrement dit du lien entre le fromage et sa région d'origine. En outre, il est révélateur de constater que les principaux tonnages des AOC (Comté, Roquefort, Reblochon, Cantal, Saint-Nectaire) correspondent à des protections intégrales. Nul doute qu'une AOC telle que "Reblochon de Savoie" ou "Comté du Jura" n'aurait pas le même impact en termes d'activité économique. A l'inverse, des appellations désignant des régions précises (Camembert de Normandie, Sainte-Maure de Touraine, Brie de Meaux, Brie de Melun) ou des types de produit (Crottin de Chavignol, Tome des Bauges, Bleu d'Auvergne, Fourme d'Ambert,) auraient une toute autre ampleur. Incontestablement, à toutes choses égales par ailleurs, la protection intégrale d'une appellation génère une activité nettement supérieure aux protections partielles, ce qui est fondamental dans une perspective de développement agricole.

Au delà des enjeux liés à la concurrence, la protection des produits revêt également une importance capitale dans le contexte économique actuel, marqué par la délocalisation d'activités vers les pays de l'Est. L'agriculture, et tout particulièrement la production laitière, ne sont pas exemptes de ce problème, notamment face à des pays émergents comme la Pologne, caractérisée par une activité importante, quoi qu'en soit atomisée et en retard au niveau technique et sanitaire. Il est évident que l'AOC joue un rôle de rempart face à ces délocalisations. Le capital humain, les savoir-faire, le patrimoine artisanal et industriel génèrent en quelque sorte ces "*emplois non délocalisables*" dont parle A. Lebaude<sup>176</sup>. Cette réalité est particulièrement perçue en Basse-Normandie, caractérisée par la présence de groupes industriels laitiers européens (Lactalis, Bongrain, Nestlé, Danone, SODIAAL). Cette dépendance vis-à-vis des stratégies internationales est d'ailleurs ancienne, le géographe M. Chesnais met en évidence dès 1972 le processus de concentration des entreprises, qui remet en cause l'expression même "d'industrie laitière régionale". Dès les années 1960, la Normandie laitière est de plus en plus "pilote" par l'extérieur (Chesnais, 1972). A l'heure actuelle, de nombreux acteurs de la région s'interrogent sur l'élargissement de l'Union

---

<sup>175</sup> Les paysans hauts-savoyards des siècles derniers n'étaient pas propriétaires de leurs alpages, qui appartenaient le plus souvent à des communautés religieuses, ils devaient payer leur dû en fonction du lait produit. Au moment des contrôles, ils ne trayaient pas entièrement leurs vaches, et retrayaient par la suite, ce qui en patois se disait "reblocher" (retraire, resquiller). Le lait issu de cette deuxième traite était plus riche et plus propre, il s'agissait alors de le faire disparaître rapidement, ce qui a donné naissance à la technique du Reblochon (caillage rapide).

<sup>176</sup> A. Lebaude (2004), *Ces emplois non délocalisables*, Dossier paru dans Le Monde Initiatives, n°35. Le lecteur est d'ailleurs invité à consulter dans son intégralité le dossier (articles signés E. Beaulieu, M. Mermoz et D. Martinez).

Européenne et sur le maintien de ces groupes industriels, notamment dans la fabrication de produits basiques, voire même de produits élaborés : *"Quel intérêt ils trouvent à rester en Normandie pour élaborer leurs produits, sachant qu'ils payent le lait plus cher que d'autres régions en France et surtout en Europe ? Donc, il y a de grosses inquiétudes aujourd'hui sur l'implantation de ces groupes là. De ce point de vue, on est vraiment à un tournant"*<sup>177</sup>. En dépit de leur poids modeste dans la région, les AOC normandes constituent une contrainte pour les transformateurs, et de fait une sécurité pour les bassins de production, indépendamment des coûts de production. En production caprine, les AOC de la Région Centre jouent également ce rôle de rempart. Si les importations de lait existent bel et bien, les préoccupations liées à la concurrence d'autres pays européens sont par exemple beaucoup plus prégnantes en Poitou-Charentes, où certaines grandes surfaces commencent à négocier les prix à la baisse avec les transformateurs en invoquant cet argument.

Ainsi, la mise en perspective diachronique de la protection des produits permet de mettre en évidence le rôle que peut jouer l'AOC en tant qu'outil institutionnel de fixation de l'activité et des emplois. Toutefois, l'impact spatial d'une appellation ne se résume pas à ce seul aspect. Les entretiens réalisés font également état de dynamiques inhérentes à la structuration des bassins de production (prix du lait, mobilité des unités de production et de transformation), qui constituent une autre facette du problème.

## **2. AOC et attractivité des bassins de production : l'ancrage comme révélateur de la complexité des situations locales**

L'un des objectifs de la mise en place d'une AOC est le maintien du tissu agricole et rural. En d'autres termes, c'est la capacité de l'appellation à générer un bassin de production attractif qui est en jeu, aussi bien pour les exploitations que pour les entreprises. Pour mesurer cette attractivité, le prix du lait est le premier indicateur à observer. Si les résultats de terrain font état d'une relative corrélation entre présence d'une AOC et bonne rémunération des producteurs, l'approche en termes d'ancrage met en évidence son caractère ambigu. Il s'agira donc de considérer l'attractivité des bassins de manière globale.

### **2.1. La délicate question du prix du lait dans les AOC**

Dans les filières AOC, la question du prix du lait payé au producteur renvoie à un critère déterminant : celui de la valorisation du produit. Fréquemment mobilisé dans le discours des acteurs, le prix du lait est une donnée permettant de comparer a priori la performance économique de plusieurs filières AOC. Mise en évidence dans le chapitre consacré au lien entre filière et territoire, l'opposition classique entre Massif Central et filières de l'Est (Jura et Savoies) fait en premier lieu référence au type d'acteurs rencontrés et au contenu des cahiers des charges, mais contient en filigrane le prix du lait<sup>178</sup>. Une étude parue dans la revue PLM montre que le lait de vache transformé en produit AOC est valorisé 20 % plus cher en moyenne que le lait standard (357 euros pour 1 000 litres contre 298<sup>179</sup>). Le classement des AOC met en évidence de fortes disparités. Ainsi, les appellations savoyardes arrivent en tête, avec des prix compris entre 431 et 539 euros pour 1 000 litres (2,82 à 3,53

<sup>177</sup> Un technicien de la Chambre Départementale d'Agriculture du Calvados.

<sup>178</sup> Voir notamment D. Ricard, (1993) ; P. Perrier-Cornet, (1992).

<sup>179</sup> Ce qui correspond à 2,34 contre 1,95 francs par litre. Il s'agit de valeurs moyennes sur l'année. Voir J. Uguet, (2003), *Ces AOC qui paient le plus*, revue Produits Laitiers Modernes, n°18.

francs par litre). Les appellations bas-normandes occupent le milieu du classement (317 euros pour 1 000 litres, soit 2,10 francs par litre), les produits les moins valorisés étant les fromages d'Auvergne (300 euros pour 1 000 litres, soit 1,96 francs par litre). A noter que les prix de vente des fromages aux consommateurs sont proches de cette hiérarchie.

L'évaluation du rôle de l'AOC dans la dynamique agricole nécessite la prise en compte de ce critère. Cependant, sans minimiser le rôle réel de l'appellation dans la rémunération des producteurs, la mobilisation de notre grille d'analyse met en exergue son caractère extrêmement relatif. En effet, vouloir fonder la réflexion uniquement sur ce critère reviendrait à postuler la capacité des filières AOC à fixer leur propre prix du lait, indépendamment de toute organisation extérieure, ce qui est loin de toujours se vérifier sur le terrain. Les AOC sont en effet toujours ancrées à des systèmes institutionnels, et y jouent un rôle variable selon les cas : central à Roquefort et dans les Savoies, périphérique dans le Centre et en Basse-Normandie. Ces situations contrastées s'expliquent par la trajectoire des filières, et démontrent s'il en était besoin la relativité de l'influence de l'AOC dans la fixation du prix. Au-delà de la dimension institutionnelle, les entretiens mettent en évidence d'autres facteurs, parmi lesquels les dynamiques commerciales et l'histoire des bassins de production, héritées d'une autre époque mais qui jouent aujourd'hui encore un rôle déterminant. Ainsi, c'est davantage la capacité des AOC à participer au système de rémunération des producteurs qui sera analysée ici. Notre approche doit donc permettre d'appréhender ce facteur sous un éclairage nouveau, et de montrer également que si un prix du lait élevé est synonyme de bonne santé, il peut aussi porter les germes d'une fragilité économique.

Les informations collectées convergent vers une valorisation accrue du lait transformé en AOC par rapport à une transformation alternative dans la même région, même si ce différentiel apparaît variable. Ainsi, en Basse-Normandie, la structuration des producteurs de lait autour des associations AOC a permis la mise en place en 1997 d'une grille de paiement spécifique, venant se greffer à la grille interprofessionnelle. Fondée en premier lieu sur des critères bactériologiques (lait cru), cette grille AOC octroie une prime mensuelle de 6 centimes de francs par litre et une prime annuelle de 4 centimes en cas d'absence de germes pathogènes. De plus, une prime de 2 centimes de francs par litre est accordée aux producteurs en race 100 % Normande ou en contrat de "normandisation". Cette prime est loin d'être négligeable, étant donné qu'elle représente 6 à 8 % du prix du lait régional, qui avoisinait 305 euros pour 1 000 litres en 2004 (2 francs par litre, source : ONILAIT) : *"Ça aide. On en a besoin, surtout quand on voit que le prix du lait est appelé à baisser. Certains, ça leur paye leurs vacances !"*<sup>180</sup>. Le caractère strict de cette grille empêche néanmoins une grande partie des 1 800 producteurs de toucher les primes, soit par manque de volonté, soit par incapacité à respecter les normes : *"Il y a environ 30 à 50 % des producteurs qui touchent régulièrement les primes. Les autres ont du mal, ils laissent tomber parce que c'est trop dur. En général, ceux qui touchent les primes, ils continuent à les toucher régulièrement"*<sup>181</sup>. A cette grille AOC, viennent s'ajouter des primes spécifiques à chaque unité de transformation, selon sa propre politique. Ainsi, certaines entreprises comme Nestlé peuvent octroyer des primes parfois supérieures à la prime AOC. Quoi qu'il en soit, ce système devrait prendre une ampleur supplémentaire à travers la révision du cahier des charges, et l'instauration éventuelle de règles inhérentes à la conduite de l'élevage (autonomie fourragère, limitation du recours à l'ensilage maïs). Les modalités exactes de mise en œuvre font aujourd'hui l'objet de débats animés au sein des filières AOC, d'une part entre les producteurs et les transformateurs, et d'autre part entre les producteurs eux-mêmes. Notons d'ailleurs que face aux blocages

<sup>180</sup> Une productrice de lait du Calvados.

<sup>181</sup> Une responsable de l'Union des Associations de producteurs AOC.

constatés à l'heure actuelle, certaines entreprises ont mis en place de manière indépendante leur propre grille de paiement, fondée sur des contraintes d'élevage. Ainsi, une petite fromagerie a instauré voilà plus de dix ans une prime de 17 centimes de francs, conditionnée à la race Normande et à l'alimentation des animaux (foin et pâturages). Cette prime vient aujourd'hui s'ajouter à la grille sanitaire AOC : *"La première raison est liée au goût, l'autre raison est sanitaire, on s'aperçoit que les fourrages secs génèrent moins de risques de germes pathogènes et de butyriques. On a aidé aussi nos producteurs de lait par le biais d'une prime à travailler dans ce sens. Les gens sont payés 17 centimes de francs par litre de lait, ce qui correspond à peu près à la prime PAC pour le maïs. Ça génère un prix du lait important, et ça fait un coût élevé pour nous. On leur demande un travail différent, et comme il n'y a pas de prime pour l'herbe, on a substitué la prime PAC. C'est une initiative d'ici, il fallait vraiment asseoir l'AOC et avoir une force par rapport à mes concurrents"*<sup>182</sup>.

A la différence de la Basse-Normandie, les producteurs des AOC caprines de la Région Centre ne sont pas (encore ?) organisés de manière à peser de manière collective dans les négociations. La production caprine n'est d'ailleurs pas assujettie à une indexation nationale, déclinée ensuite à l'échelle régionale. L'hétérogénéité des produits, des entreprises et des modes de transformation à l'échelle nationale fait qu'aujourd'hui, la fixation du prix du lait est d'abord négociée au sein de chaque entreprise. Certaines fromageries AOC de la région ont donc instauré des primes spécifiques venant s'ajouter au prix de base, qui ne sont pour l'instant liées à aucune contrainte en matière de conditions de production, excepté en Valençay. Des tentatives de structuration ont lieu, mais semblent pour l'instant davantage portées par le syndicalisme généraliste que par les syndicats d'appellation. Selon le CRIEL Centre<sup>183</sup>, le prix de base du lait de chèvre était en 2003 de 478 euros pour 1 000 litres (3,11 francs par litre), il varie selon les entreprises de 457 à 500 euros pour 1 000 litres (de 3 à 3,50 francs par litre). Les primes AOC contribuent à fixer un prix moyen allant de 485 à 550 euros pour 1 000 litres (3,19 à 3,60 francs par litre).

Le système original de paiement du lait mis en place par l'interprofession roquefortaise dans les années 1980 a la particularité de distinguer des prix en fonction des destinations de la matière première, indépendamment de chaque transformateur. Ainsi, un lait transformé en Roquefort sera davantage rémunéré qu'un lait destiné à de la diversification (Féta) ou du dégagement (lait en vrac, poudre...). Lors de nos enquêtes de terrain en Normandie et en Savoie, nous avons d'ailleurs constaté que ce système était fréquemment évoqué comme un modèle, vers lequel beaucoup de filières AOC devraient tendre. En termes de valorisation, le prix moyen se caractérise par une relative stabilité dans le temps, passant selon la Confédération de Roquefort de 820 euros pour 1 000 litres en 1998 (5,38 par litre) à 817 euros en 2004 (5,36 francs). Le prix de la classe 1 (Roquefort) s'élève quant à lui en 2004 à 1 047 euros pour 1 000 litres (6,87 francs). Les producteurs de lait de brebis apparaissent comme relativement conscients de leur situation privilégiée, notamment vis-à-vis des autres éleveurs de la région : *"A mon avis, on est revalorisés pour le travail qu'on fait. Par rapport à d'autres filières qui font de la viande, qui triment peut-être autant que nous, ils sont payés au lance-pierres"*<sup>184</sup>. La bonne valorisation des produits contribue en effet à de meilleures conditions de travail (capacité d'investissement) et plus largement à une meilleure qualité de vie. Insérée dans un système interprofessionnel, l'AOC joue donc un rôle déterminant dans la bonne santé économique des exploitations, même si la l'incertitude reste de mise : *"A l'avenir,*

<sup>182</sup> Un responsable d'une fromagerie AOC.

<sup>183</sup> Centre Régional Interprofessionnel de l'Economie Laitière.

<sup>184</sup> Un producteur de lait du Rayon de Roquefort.

*on risque de se poser des problèmes de boulot, de main-d'œuvre. Je pense que la génération qui arrive, ils ne voudront pas faire ce qu'on a fait, à bosser comme des malades".*

Enfin, nous avons vu dans le chapitre précédent la déconnection qui existait entre la fixation du prix du lait dans la Région Rhône-Alpes et celle des départements de Savoie et de Haute-Savoie. La forte représentativité des produits sous signe de qualité a amené les acteurs des deux départements à calculer leur propre prix de base en fonction du prix moyen de l'emmental, un des rares prix à faire l'objet d'une déclaration de la part des fromagers. Conscients de la non-adéquation croissante de ce système avec la réalité économique (l'emmental est de moins en moins fabriqué dans la région), les responsables ont depuis quelques années procédé à quelques aménagements, en intégrant notamment une variation calculée en fonction de l'évolution des cours du beurre et de la poudre de lactosérum, variation souhaitée par les transformateurs, confrontés à la baisse des prix d'intervention sur ces produits industriels. Seule la zone AOC Beaufort se distingue de ce modèle. En effet, le mode de gestion des sept coopératives de la filière fait que le prix du lait résulte en premier lieu de la valorisation des fromages, puis varie en fonction de la situation de chaque structure (coûts de collecte, charges) et de sa politique (investissements, stratégie commerciale...). Des écarts plus ou moins importants peuvent donc exister d'une coopérative à l'autre. En Haute-Savoie, le facteur décisif de différenciation entre la zone AOC Reblochon et l'Avant Pays ne se situe pas au niveau du prix de base, mais de ce que les professionnels appellent la "variable", qui résulte d'une négociation directe entre les fromagers et les producteurs au sein de chaque coopérative. Directement liée aux résultats économiques, cette variable permet de faire apparaître, dans le prix du lait, la valorisation des produits AOC. Sur un prix de base avoisinant les 340 euros pour 1 000 litres (2,20 francs) au cours des dernières années, la variable représente environ 76 euros pour 1 000 litres en zone Reblochon (50 centimes de francs), contre 53 euros pour le reste du département (35 centimes de francs). La rémunération est ensuite modulée en fonction des grilles bactériologiques et physicochimiques. En liaison avec l'augmentation des tonnages au cours des vingt dernières années, le prix du lait AOC Reblochon a constamment augmenté, pour arriver aujourd'hui à une moyenne variant entre 472 et 487 euros pour 1 000 litres (3,10 à 3,20 francs, soit 1 franc de plus que le prix national), ce qui en fait le lait le mieux payé de France, juste après celui du Beaufort, qui parvient à se hisser à 548 euros pour 1 000 litres (3,60 francs), avec des "pointes" à 610 euros durant l'été dans certaines structures (4 francs)<sup>185</sup>. La présence des appellations a donc incontestablement permis aux producteurs de capter une bonne partie de la valeur ajoutée. Le prix du lait élevé constitue donc la principale manifestation de l'apport des AOC dans les Savoies. Comme à Roquefort, ce prix a une influence directe sur la capacité d'investissement des producteurs, et plus largement sur leur niveau de vie.

## **2.2. Valorisation du lait et pérennité des filières : des liens réels mais délicats à interpréter**

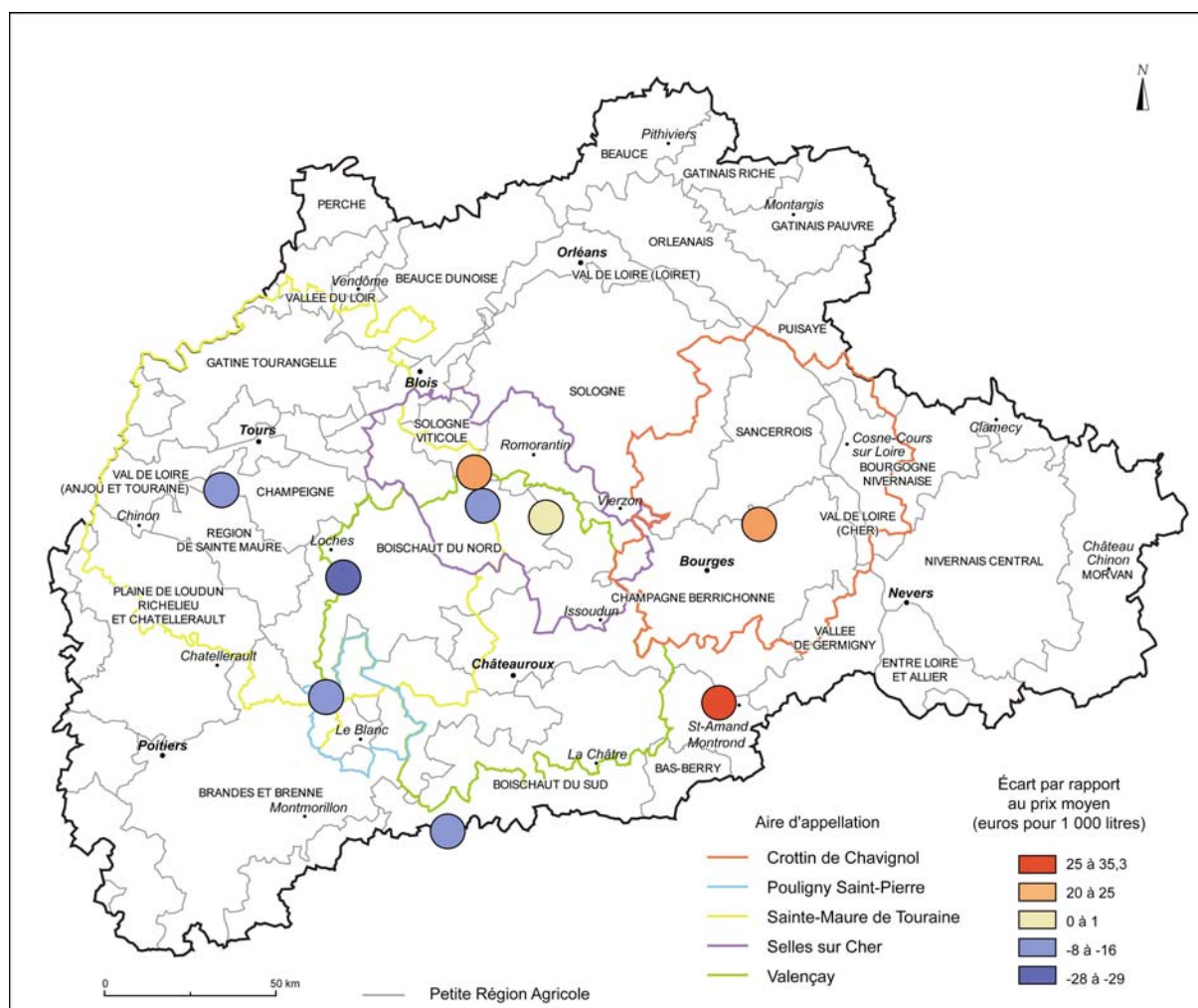
Ces informations prouvent assez clairement la corrélation entre la présence d'une AOC et un niveau supérieur de rémunération pour les producteurs. Plus que l'appellation elle-même, c'est d'ailleurs la capacité des acteurs à mettre en place des structures institutionnelles aptes à mieux répartir la valeur ajoutée tout au long de la filière qui est en jeu, l'AOC étant dans ce contexte un facteur favorisant cette structuration. Toutefois, divers témoignages nous amènent à rester prudent dans l'interprétation de cet indicateur si complexe. Si la présence

---

<sup>185</sup> Source : syndicats AOC de Savoie et de Haute-Savoie.

d'une appellation joue un rôle certain, son influence est parfois mêlée à des dynamiques plus larges et plus anciennes. L'exemple de la Région Centre est révélateur de ce fait. En effet, si des différences de valorisation existent d'une AOC à l'autre, on constate la présence d'un gradient est-ouest dans la rémunération des producteurs (carte ci-dessous).

**Carte 9 : le prix du lait dans les fromageries de la Région Centre – éléments de comparaison**



Source : CRIEL Centre (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

La carte montre en effet que plus l'on se dirige vers l'est, plus le prix du lait est élevé. Cette situation est d'abord imputable à l'histoire de ces différents bassins. Ainsi, la très forte demande en crottins chauds dans les années 1970-80 a contribué à des hausses de prix importantes et durables. A l'inverse, dans la zone AOC Sainte-Maure de Touraine, la proximité de Poitou-Charentes a en quelque sorte "empêché" le prix du lait de monter au-delà d'un certain seuil. Ce ne sont donc pas les performances respectives de chaque AOC qui sont en cause, mais bel et bien les contextes productifs et commerciaux inhérents à chaque petite région : *"Il y a peu de différences entre un lait standard de Poitou-Charentes à 2,50 ou 2,70 francs et un lait AOC Sainte-Maure de Touraine, avec une base identique et une prime AOC pour arriver à 3,20 francs. Et puis à la coopérative d'Anjouin dans l'Indre, un producteur qui fait du lait d'hiver avec de très bons taux peut être payé jusqu'à 4,40 francs le litre"*<sup>186</sup>.

<sup>186</sup> Un technicien de l'INAO de Tours. Il est d'ailleurs révélateur de constater que le site situé au sud-est (près de Saint-Amand Montrond) possède le prix du lait le plus élevé, alors qu'il n'est localisé dans aucune aire d'appellation (les noms des fromageries ont été volontairement omis).

D'une manière un peu similaire, les AOC Normandes et leur relative bonne valorisation sont inscrites dans une région où les produits élaborés, à bonne valeur ajoutée, dominant assez nettement les transformations (fromages, beurres, desserts lactés). La Basse-Normandie se distingue d'ailleurs assez fortement de régions comme la Bretagne ou les Pays de Loire, davantage orientées vers des produits plus basiques moins valorisés (lait de consommation, poudre...). Les produits d'appellation évoluent donc dans un contexte relativement "favorable". Enfin, les chiffres des rémunérations qui prévalent en Savoie sont à considérer au regard des contraintes liées à la montagne et aux coûts de production qui y sont liés : *"Les gens du Massif Central, quand ils arrivent, ils nous demandent le prix du lait, et ils sont admiratifs. Mais quand on les fait monter en alpage. On leur montre les parcelles fauchées à la moto faucheuse. En général, à la fin de la journée, ils nous disent que notre prix du lait, ils nous le laissent !"*<sup>187</sup>. Le prix du lait élevé permet donc de compenser partiellement une situation où les charges d'exploitation sont très importantes.

Le caractère territorialement ancré du prix du lait est donc une réalité, et permet d'aborder ce facteur si fondamental sous un angle différent. Pour terminer sur cet aspect, les entretiens ont également mis en évidence un élément qui, sans être surestimé, doit être pris en compte : les effets pervers que peut entraîner un prix du lait trop élevé. Le cas de la Savoie est révélateur de cette situation. Sur les vingt dernières années, l'augmentation régulière du prix du lait a incontestablement profité à l'agriculture des deux départements. Toutefois, dans le même temps, elle a en quelque sorte "conditionné" les éleveurs à cette situation, jugée normale, ce qui rend le contexte actuel de baisse d'autant plus difficile à gérer : *"Tout le monde s'est habitué à une progression permanente du prix du lait, et personne ne voit finalement pourquoi ça changerait. Pourtant, ça, aujourd'hui c'est fini"*<sup>188</sup>. Les dangers inhérents à ce contexte fragilisent le tissu productif face aux évolutions à venir, notamment face aux restructurations qui devraient se poursuivre et s'amplifier. Les produits AOC semblent donc contraints de passer par une phase d'adaptation et "d'accepter" l'évolution négative actuelle. Les préoccupations des responsables professionnels agricoles semblent d'ailleurs s'orienter davantage vers un maintien de l'écart avec le prix national que vers le maintien de leur propre niveau de rémunération. Certains interlocuteurs attirent également notre attention sur les lacunes techniques potentielles que peut occasionner un prix du lait trop élevé. Bien que non représentatif, le témoignage de ce technicien fromager est malgré tout intéressant : *"Dans le Grand Ouest, quand on paye un lait à 1,80 francs, on est obligé d'être pointu. A 3,50 francs, ou 4,20 francs l'été, vous imaginez bien que les gars se posent moins de question"*<sup>189</sup>. Les producteurs interrogés en Haute-Savoie estiment tous que la zone AOC Reblochon se caractérise par une technicité moindre que la zone d'avant-pays (suivi, rendements, références laitières, professionnalisation...) : *"L'Avant-Pays a connu une plus forte restructuration, avec de plus grosses exploitations, plus professionnelles qu'en haut. Et puis plus le lait est cher, moins on arrive à sensibiliser les gens. Avec un lait à 3 francs, c'est difficile"*<sup>190</sup>. Ainsi, même si l'AOC renvoie à des valeurs traditionnelles, la dimension technique des exploitations est aujourd'hui au cœur des enjeux liés à leur capacité d'adaptation, dans un contexte où un grand nombre de structures sont appelées à disparaître. La présence d'une appellation induit effectivement une protection juridique, mais peut altérer la nécessaire confrontation d'un système avec son environnement.

<sup>187</sup> Un technicien du Syndicat Interprofessionnel du Reblochon.

<sup>188</sup> Un technicien du Syndicat de Défense du Beaufort.

<sup>189</sup> Un technicien de fromagerie de la filière Beaufort.

<sup>190</sup> Un producteur de lait de la filière Reblochon.



Pour finir, le point de vue des transformateurs sur ce sujet est également intéressant à analyser. Ceux-ci estiment qu'historiquement, le système savoyard répondait en premier lieu aux préoccupations des éleveurs. Il en aurait résulté une répartition de la valeur ajoutée fortement orientée sur l'amont : *"Le producteur en a pris beaucoup, on a le lait le plus cher de France. Nous, on ne perd jamais d'argent, mais on n'en gagne jamais beaucoup. On a habitué les producteurs, et maintenant c'est compliqué pour avoir des moyens et relancer la dynamique. Les gens, avec un prix du lait confortable, ne se sont pas adaptés, ne se sont pas remis en cause Et aujourd'hui, je pense qu'ils ne sont pas prêts. Au départ, on pensait que c'était une bonne chose d'avoir un lait très cher, mais finalement, est-ce qu'on a bien rendu service à la profession ? Aujourd'hui, on est devant un public désespéré. Il va falloir qu'ils s'habituent à la baisse du prix du lait, à la politique européenne, à la charte des bonnes pratiques"*<sup>191</sup>. Cette représentation répond à une idée relativement répandue dans la profession agricole, selon laquelle les fromagers seraient en quelque sorte "au service" des producteurs de lait : *"On devrait avoir un prix plancher pour que l'agriculteur puisse vivre avec un revenu. Et c'est au fromager à se débrouiller, en réduisant les frais, pour que l'agriculteur puisse vivre"*<sup>192</sup>. Confrontés à des difficultés de commercialisation, les fromagers savoyards disposent d'une marge de manœuvre réduite. Avec un prix du lait élevé, le lancement de produits d'innovation ou le développement de produits moins valorisés (Raclette) n'apparaissent pas comme pertinents, au vu de la concurrence extrême sur ces créneaux. Notre ambition n'était pas ici de montrer que le contexte savoyard se caractérisait par une valeur ajoutée "trop bien répartie" entre les différents maillons de la filière<sup>193</sup>. Les AOC ont été créées par et pour les producteurs, elles ont pleinement rempli leur rôle de ce point de vue. Il s'agissait, à travers cet exemple, d'attirer l'attention sur la nature finalement très ambiguë du niveau de rémunération des éleveurs, en insistant sur les équilibres à trouver au sein de chaque filière pour contribuer à leur pérennité. Indispensable dans les Savoies pour le maintien des exploitations, le prix du lait élevé implique des exigences fortes. Ces arguments doivent toutefois être nuancés au regard du contre-exemple constitué par Roquefort, où une rémunération importante n'a pas empêché une large diffusion technique. Les facteurs d'explication sont à rechercher dans l'absence d'alternative à la production de lait de brebis.

Notre analyse nous semble donc à même de contribuer à une meilleure connaissance des dynamiques à l'œuvre dans bassins de production. Le prix du lait ne constitue cependant qu'un aspect de la question. L'étude des stratégies spatiales et productives des acteurs est une autre illustration de l'influence bénéfique des AOC sur ces bassins.

### **2.3. La mobilité des unités de production comme révélateur de l'attractivité des bassins AOC**

De la même façon qu'il existe aujourd'hui une "concurrence des territoires", il pourrait exister une "concurrence des bassins de production", dans laquelle l'AOC peut jouer un rôle déterminant. Sont examinés ici quelques aspects de cette attractivité potentielle, aussi bien pour l'amont que pour l'aval. En Région Centre, l'installation en élevage est un enjeu crucial pour certaines zones, et tout particulièrement pour l'activité caprine. De ce point de vue, la présence d'une ou plusieurs appellations est un atout incontestable. Lorsqu'ils évoquent leur trajectoire professionnelle, un nombre significatif d'éleveurs interrogés font état de l'AOC comme d'un élément plus ou moins décisif dans leur prise de décision, à la manière d'une

<sup>191</sup> Un directeur de fromagerie industrielle de Haute-Savoie.

<sup>192</sup> Un producteur de lait de la filière Reblochon.

<sup>193</sup> Expression employée telle quelle par un interlocuteur lors d'un de nos entretiens !

entreprise qui chercherait à s'implanter sur un territoire. Des personnes extérieures à la Région estiment même que l'AOC est une condition sine qua non pour une installation : *"Il y a beaucoup de personnes qui viennent dans la région parce que justement il y a des AOC. J'en connais plusieurs comme moi. J'en suis convaincu, même si je ne suis pas très objectif"*<sup>194</sup>. Cette attractivité semble particulièrement prégnante en production caprine, certains producteurs de Chevrotin AOC (Savoie) voient en effet dans l'appellation un outil d'encadrement supplémentaire pour les éleveurs : *"Le jeune qui s'installe, il sait déjà qu'il peut faire un produit appellation d'origine, qu'il peut être aidé parce qu'il y a un technicien qui existe, un syndicat, et puis qu'il y a un circuit"*<sup>195</sup>. L'AOC comme "avantage comparatif" ne concerne pas que les producteurs, comme en témoigne cet affineur, récemment installé en production caprine : *"Pourquoi je me suis installé ici ? Parce qu'on bénéficie d'appellations dont je n'aurais pas pu bénéficier dans une autre région, c'est clair"*<sup>196</sup>.

La superposition d'aires d'appellation sur un même territoire ne fait qu'accroître cette attractivité. Le cas de la Région Centre mérite que l'on s'y arrête un instant. L'une des grandes originalités des AOC caprines réside dans l'important chevauchement entre des aires d'appellation. Ainsi, il existe des zones dites "mixtes", où il est possible de fabriquer à la fois du Sainte-Maure de Touraine et du Valençay (secteur de Loches et Châtillon sur Indre), du Sainte-Maure de Touraine et du Pouligny Saint-Pierre (secteur de Tournon Saint-Martin), du Valençay et du Selles sur Cher (secteur de Graçay – Reuilly) ou bien encore du Sainte-Maure de Touraine et du Selles sur Cher (secteur de Montrichard). Quelques communes ont même la possibilité de fabriquer trois de ces quatre appellations (Meusnes, Châtillon sur Cher et Valençay, carte ci-dessous). Cette situation résulte de négociations menées entre producteurs et fromagers au moment de la détermination des aires d'appellation. Ces derniers ont en effet toujours revendiqué la fabrication de plusieurs formes de fromages, et fait pression pour figurer dans les zones Selles sur Cher et Sainte-Maure de Touraine, respectivement mises en place en 1970 et 1990. Au moment de l'obtention de l'AOC Valençay en 1998, le CNPL a également entériné une nouvelle superposition, pour les mêmes raisons d'antériorité.

Cependant, il semble que les considérations commerciales n'expliquent pas tout, et que cette zone de triple appellation – baptisée "triangle d'or" par les acteurs – renvoie également à une réalité historique : *"Il y a quand même toujours eu dans ce secteur un croisement entre les différents produits par les mariages, les mouvements humains, les mouvements commerciaux. On ne peut pas le nier, on est sur la vallée du Cher, on est au croisement de la Touraine, du Berry et de la Sologne, sur l'axe commercial Nantes – Tours – Lyon. Ce triangle d'or, c'est une réalité. C'est une zone où on a toujours fait les trois formes"*<sup>197</sup>. Aujourd'hui, cette zone accueille un certain nombre de producteurs, mais aussi des fromagers et des affineurs, qui fabriquent donc les trois produits AOC, une fois acquittée leur cotisation aux différents syndicats. Si aucun problème n'est constaté pour l'instant – hormis un manque de crédibilité vis-à-vis du lien au terroir et de traçabilité, ressenti par de nombreux acteurs – les révisions des cahiers des charges menées dans chacune des AOC pourraient à terme rendre ingérable cette situation, si les contraintes venaient à être trop différentes. L'INAO pourrait alors intervenir et obliger les opérateurs à choisir une appellation et une seule. On peut cependant supposer que les responsables seront suffisamment vigilants pour travailler en bonne intelligence. Ainsi, à l'échelle de la production caprine régionale, l'attractivité de ce triangle d'or est très importante : *"Le fait que trois appellations se chevauchent, ça donne de la valeur*

<sup>194</sup> Un producteur de lait de chèvre en zone AOC Selles sur Cher.

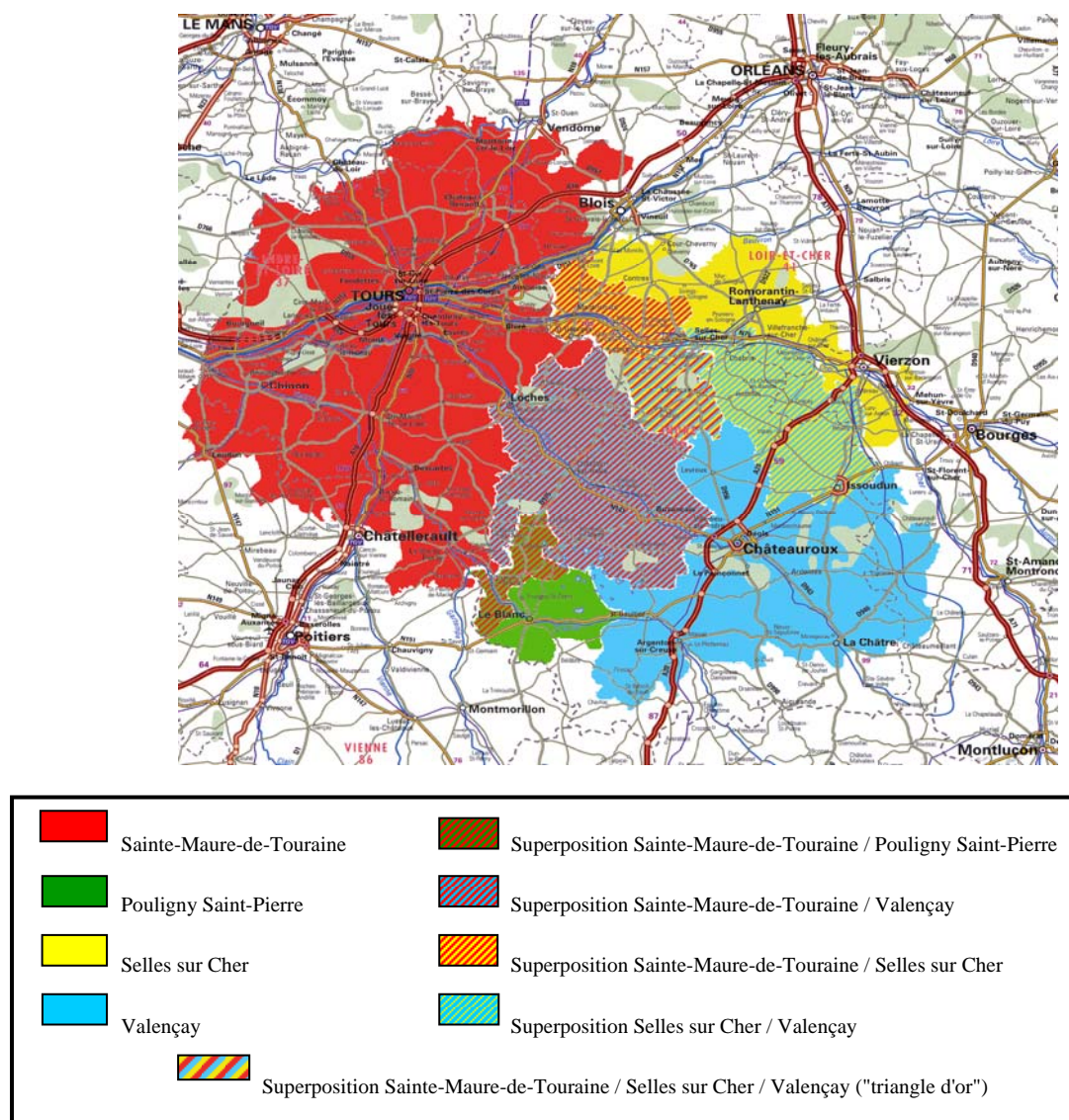
<sup>195</sup> Un producteur fermier de Chevrotin AOC.

<sup>196</sup> Un affineur de fromages de chèvre AOC en Région Centre.

<sup>197</sup> Un technicien de l'INAO de Tours.

à ces communes. C'est un avantage concurrentiel"<sup>198</sup>. Sans pouvoir réellement les quantifier, on constate une certaine mobilité de la production laitière et surtout fermière (installation, orientation productive) au profit de ces zones mixtes. L'intérêt pour cette dernière est de pouvoir élargir l'offre de produits. On note aussi l'existence d'au moins deux projets de déplacement ou d'implantation de fromageries dans le triangle d'or pour les années à venir.

**Carte 10 : les superpositions d'aires AOC dans le Centre**



Source : INAO de Tours, 2004.

Des phénomènes similaires ont été observés sur les autres terrains d'étude (Normandie, Savoie), avec parfois la construction de nouvelles unités de fabrication. L'instauration d'une appellation d'origine induit donc une différenciation territoriale sur laquelle jouent les acteurs. La fixation spatiale n'empêche pas leur mobilité, elle leur fournit un cadre. Il en va de même pour les rachats de fromageries et les prises de participation, qui peuvent être assimilés à des formes de mobilités. Notons pour terminer que l'attractivité peut également mettre en balance des bassins de production bénéficiant de signes de qualité différents. Ainsi, Dans les années 1990, plusieurs producteurs de lait de brebis du Rayon de Roquefort, dotés d'une faible

<sup>198</sup> Un directeur de fromagerie en zone Sainte-Maure de Touraine AOC.

référence, avaient été sollicités par une laiterie du Massif Central pour produire du lait en Agriculture Biologique. Face aux difficultés liées à la conversion et à une rémunération insuffisante, ces producteurs ont très rapidement demandé leur réintégration dans le système Roquefort : *"Nous, les agriculteurs, on les avait défendus face aux industriels qui ne voulaient pas les reprendre, on avait dit qu'on leur laissait trois ans. Parce qu'on sentait très bien que c'était une bêtise ce qu'ils allaient faire"*<sup>199</sup>. Ce dernier exemple vient étayer la capacité de l'AOC – et en l'occurrence d'un système interprofessionnel – à générer des bassins de production attractifs. Ainsi, même légères, les mobilités induites par la présence d'une appellation n'en sont pas moins réelles. A l'inverse, il convient de souligner aussi la propension des AOC à "préserver l'acquis", et à inciter les individus à poursuivre leur activité. Plus que les mobilités, ce sont les "non-mobilités" qu'il s'agit de prendre en compte.

#### **2.4. L'approche historique pour éclairer la propension des AOC à infléchir la trajectoire des bassins de production**

Dans une optique quelque peu différente de l'attractivité, les AOC sont également des outils à même d'infléchir la trajectoire d'un bassin de production de manière positive si l'on considère les objectifs assignés aux signes de qualité, (maintien du nombre d'agriculteurs). Le prix du lait élevé en Savoie a par exemple freiné les processus de restructuration de la production à l'œuvre à l'échelle nationale comme européenne. Les Savoies se caractérisent ainsi par des structures encore très atomisées, malgré une importante phase de concentration, qui a fait passer le nombre d'exploitations laitières haut-savoyardes de 20 000 en 1975 à moins de 5 000 au début des années 1990. Pour la Savoie, les chiffres sont respectivement de 12 800 et 4 300 sur la même période. Sur les deux départements, la référence laitière moyenne était en 2002 de 129 000 litres, à comparer à la moyenne nationale de 193 000 litres. La zone AOC Beaufort dépasse quant à elle à peine les 70 000 litres<sup>200</sup>. Le cas de la Coopérative de Beaufort est révélateur de cette situation. Les 9 millions de litres collectés correspondent à une population de 180 producteurs de lait, ce qui équivaut à une référence moyenne de 50 000 litres : *"On a encore beaucoup de producteurs qui nous amènent encore 50 litres chaque matin, ce sont des gens en fin de carrière. C'est intéressant en termes de diversité de la matière première, mais pas par rapport à la conjoncture actuelle"*<sup>201</sup>. Pour illustrer ce phénomène, seulement 67 % des exploitations laitières de la zone AOC Beaufort sont professionnelles<sup>202</sup> (ce qui représente malgré tout 92 % du lait collecté<sup>203</sup>). La fragilité inhérente à cette situation est une réalité, mais dans le même temps, les Savoies restent un exemple de maintien de la population agricole, et donc d'un certain tissu rural : *"La fruitière de village, ça reste encore un lieu de vie, les producteurs viennent tous les jours. Il n'y a pas eu une grosse vague de cessations comme ailleurs, les gens sont restés à la terre"*<sup>204</sup>.

La question du maintien des producteurs se pose avec encore plus d'acuité à Roquefort, étant donné la situation démographique totalement inverse de celle des Savoies. La restructuration de la production a été très importante, puisque l'on est passé de 15 000 éleveurs au début des années 1960 à moins de 2 400 aujourd'hui. Depuis quelques années, la

---

<sup>199</sup> Un producteur de lait de brebis pour l'AOC Roquefort.

<sup>200</sup> Source : chambres départementales d'agriculture de Savoie et de Haute-Savoie.

<sup>201</sup> Le Directeur de la Coopérative du Beaufortain.

<sup>202</sup> Selon le RGA, une exploitation professionnelle doit satisfaire à deux critères complémentaires : une dimension économique d'au moins 8 UDE (Unité de Dimension Européenne, 1 UDE correspond) à 1,5 hectares équivalent blé) et l'emploi d'une personne pour au moins les trois quarts de son temps pendant une année.

<sup>203</sup> Source : RGA 2000.

<sup>204</sup> Un producteur de lait de la zone Beaufort.

filière perd une vingtaine d'exploitations par an. Le bassin de production se caractérise en revanche par une extrême professionnalisation (99 % des exploitations ovines laitières du Rayon de Roquefort), et apparaît comme mieux armé face aux évolutions à venir.

La trajectoire des différents bassins laitiers caprins qui composent la Région Centre est également fortement imprégnée de la présence de produits spécifiques. Le caractère encore traditionnel et atomisé des structures de production différencie fortement ce contexte des départements voisins que sont les Deux-Sèvres et la Vienne, auxquels on pourrait rajouter la Vendée, qui représentent à eux trois près du tiers des effectifs caprins nationaux. Nul doute que l'absence d'appellation aurait fait de la Région Centre un prolongement beaucoup plus homogène de Poitou-Charentes (professionnalisation et technicité accrues, taille d'exploitations plus importante, phénomènes de quasi-intégration des éleveurs...). Les exploitations caprines des zones AOC du Centre sont selon le RGA professionnelles à 79 % (environ 80 chèvres par exploitation en moyenne), ce chiffre est de 90 % pour les exploitations des trois départements qui viennent d'être cités (140 chèvres par exploitation).

Bien plus visible qu'à travers les seuls chiffres de leur poids économique, l'influence des AOC sur les bassins de production est donc révélée par une approche davantage qualitative, fondée sur une observation historique des faits. Les résultats présentés permettent en outre de mieux saisir les enjeux liés à la pérennité de ces bassins. A un niveau d'analyse plus fin, il convient maintenant de s'interroger sur les pratiques et les représentations des acteurs au quotidien où, là encore, la présence d'une appellation se révèle déterminante.

### **3. L'AOC dans les pratiques et les représentations des acteurs**

L'entrée par les acteurs fournit un autre éclairage de l'apport des AOC à la dynamique agricole et agroalimentaire des territoires considérés. Même s'il n'est pas encore question de développement territorial, il est possible d'envisager la dynamique d'un bassin de production à travers la "performance" individuelle de ses acteurs. Ce postulat renvoie aux travaux de certains économistes, pour qui le développement d'un territoire est lié à la capacité des entreprises à produire des ressources (Saives, Lambert, 2000). Les entretiens effectués nous ont permis d'identifier plusieurs thèmes forts, qui concernent aussi bien l'amont des filières AOC (perception du métier, structuration des producteurs) que l'aval (capacité commerciale). En eux-mêmes, ces thèmes n'ont pas de réelle signification. Ils ne prennent leur sens que lorsqu'ils sont appréhendés au vu des différents contextes de nos terrains d'étude.

#### **3.1. AOC et perception du métier d'éleveur : une compensation partielle de l'astreinte**

Vis-à-vis des autres activités agricoles, la spécificité de la production laitière réside dans une astreinte accrue. Dans leur immense majorité, les éleveurs rencontrés ne perçoivent pas leur travail comme plus pénible, mais la traite implique une présence quotidienne, tout au long de l'année. Cette question du temps de travail fait partie des préoccupations montantes de la profession, étant donné le décalage croissant entre l'agriculture et les aspirations actuelles de la société (place du travail, temps libre, loisirs...). Dans ce contexte, beaucoup d'éleveurs laitiers jugent leur mode de vie en rupture avec ces aspirations : *"On a beaucoup parlé des trente-cinq heures dans les autres milieux. Les gens des exploitations laitières ont l'impression de beaucoup bosser, et surtout d'être très astreints, d'avoir le fil à la patte en*

permanence"<sup>205</sup>. Ce décalage n'est donc pas lié à une pénibilité croissante du travail (la modernisation ayant fortement allégé les charges de travail), mais à l'évolution de la société globale. Ainsi, beaucoup d'éleveurs nous font part de la difficulté qu'ils éprouvent à se libérer pour partir en vacances une semaine par an. Les services de remplacement n'apportent en effet qu'une réponse partielle à cette nouvelle préoccupation. Le développement des structures sociétaires à l'échelle nationale (GAEC, EARL) s'inscrit aussi dans cette perspective. Cette qualité de vie fréquemment ressentie comme inférieure peut constituer un frein à l'installation, et donc mettre en péril à terme le métier d'éleveur : *"Les trente cinq heures, ça nous a complètement fusillés. Avec la rémunération qu'un producteur se fait et vu le nombre d'heures qu'ils font pour un SMIG. Tous les jeunes intéressés par la production, ils ont fait des calculs, ils se sont dit qu'il valait mieux trouver une place à l'extérieur"*<sup>206</sup>.

Par certains aspects, la réforme de la PAC vient aggraver encore davantage cette situation. La logique fondée sur le découplage des aides (rémunération des éleveurs indépendante de leur production) demeure très difficile à expliquer aux producteurs, qui considèrent que ce système renforce la logique d'assistanat, déjà très prégnante. Selon une étude réalisée en 2004 par la SOFRES pour le compte de l'interprofession laitière nationale, une grande majorité des éleveurs a une opinion défavorable du découplage des aides, craignant que ce système ne génère des assistés, d'autant plus que la quasi-totalité des personnes interrogées est fière de son métier<sup>207</sup>. La perception du métier d'éleveur est donc fragilisée, alors que le prix du lait est la principale source de revenu des producteurs : *"Coller au marché, c'est notre culture syndicale. La réalité est dure, ce qui oblige à restructurer, à perdre des producteurs, c'est dur. Mais en même temps on sait que l'avenir, c'est d'être dans le marché. Si on n'est pas dans le marché, on sera mal. On sera comme d'autres productions qui sont tellement décalées du marché que leur revenu n'est plus fait que de primes, ce qui n'est pas notre cas actuellement. Nos producteurs de lait, ils vivent de leur produit, ils vivent de ce que rémunèrent les entreprises, de ce qu'elles arrivent à vendre aux distributeurs, et ils vivent du consensus social qu'il y a pour payer les produits laitiers à leur prix. C'est pour ça qu'on se bat, au-delà du prix, c'est presque un projet de société derrière"*<sup>208</sup>.

Au vu de cette problématique particulière, nous avons vu dans la section précédente comment l'AOC – à travers une rémunération potentiellement plus élevée – pouvait jouer un rôle. Les discussions avec les producteurs montrent que cette dimension financière n'est pas la seule. En effet, la conscience de participer à l'élaboration d'un produit spécifique est une réalité, ceci quel que soit le terrain d'étude. En Basse-Normandie, la mise en place d'un grille sanitaire sur les germes pathogènes fait que les producteurs se considèrent comme les premiers garants de la qualité du produit fini, et non pas comme de simples fournisseurs de matière première, destinée à telle ou telle transformation<sup>209</sup>. Lorsqu'il est perçu de manière spécifique, voire avec fierté, ce statut est un élément susceptible de compenser les contraintes évoquées plus haut. L'appellation contribue donc à une valorisation supplémentaire du métier d'éleveur, même si cette valorisation est avant tout inhérente à la rémunération.

---

<sup>205</sup> Un technicien de la Chambre Départementale d'Agriculture de l'Orne.

<sup>206</sup> Un technicien de la Chambre Départementale d'Agriculture du Cher.

<sup>207</sup> *Réaction des éleveurs laitiers face à la réforme de la PAC*, La Voie Lactée, FNCL, n°485.

<sup>208</sup> Un responsable de la Fédération Nationale des Producteurs de Lait (FNPL).

<sup>209</sup> Cette idée est à nuancer fortement dans la mesure où le volume global de lait collecté en AOC n'est pas effectivement destiné aux trois fromages bas-normands. Chaque entreprise dispose en effet d'un "volant" de matière première qu'elle gère en fonction de sa qualité bactériologique et physicochimique. L'intégralité de la collecte est en revanche rémunérée selon les critères de l'AOC.

Dans le secteur spécifique de la production caprine, les AOC ont également contribué à la reconnaissance d'une profession, longtemps considérée comme marginale, comme en témoignent les réflexions de ces éleveurs et techniciens :

- *"Dans les années 70, les chèvres en Indre-et-Loire, ça faisait rire. La référence, c'était les éleveurs du Larzac. Il y avait l'image baba-cool qui tournait autour de ça. Donc, pour les banques, il n'était pas question de prêter. Maintenant, c'est l'inverse, il y a certains banquiers qui disent de faire des chèvres !"*<sup>210</sup>,
- *"C'est vrai que d'être arrivé à l'appellation d'origine, ça a permis de nous faire reconnaître. Parce qu'avant, ceux qui s'installaient en chèvre, on disait que c'était des gens qui ne travaillent pas, des rigolos. Ça a permis de prendre en compte cette famille d'éleveurs. Maintenant, on est écoutés différemment"*<sup>211</sup>,
- *"Aujourd'hui, je leur dis en permanence de ne pas faire de complexe au niveau économique par rapport à des troupeaux de Charolais et de Limousins"*<sup>212</sup>.

Ainsi, la valorisation du métier d'agriculteur induite par l'AOC ne doit pas être uniquement envisagée à travers une perspective financière, mais mobilise aussi les représentations des acteurs. Cette réalité est quoi qu'il en soit un gage supplémentaire de pérennité pour les filières. Cette valorisation est également liée au caractère en général structuré des filières bénéficiant d'une appellation. La nécessité de créer un syndicat de défense pour discuter de problèmes communs et impulser une démarche collective est à coup sûr un facteur déterminant dans la capacité des producteurs à s'organiser.

### **3.2. AOC et structuration des producteurs : une prise de conscience du statut au sein de la filière**

Dans plusieurs AOC de notre échantillon, les producteurs de lait constituent la famille professionnelle la moins impliquée dans le syndicat, étant donné qu'elle n'est pas en lien direct avec le marché. Si l'obtention d'une appellation ne modifie pas forcément cette situation, les débats qui ont lieu ensuite (cahiers des charges) sont souvent l'occasion pour ces producteurs de prendre conscience de leur place dans la filière et de la nécessité de peser sur celle-ci.

L'exemple bas-normand est révélateur de cet état de fait. Historiquement, les producteurs n'étaient engagés syndicalement que pour la défense de leur revenu, c'est-à-dire du prix du litre de lait. La mise en place des associations de producteurs AOC, puis de l'Union des Associations (1996), les a incontestablement amenés à s'interroger sur leur statut au sein de la filière : *"Avant, chacun était dans son coin, on prenait son lait, on le mettait dans un bidon, qu'on amenait au bout de la route. On recevait un chèque et on ne s'occupait pas trop de ce qui se passait après. C'est assez nouveau, et aujourd'hui encore, on a du mal à se positionner en tant que producteur"*<sup>213</sup>. La différenciation initiée par l'AOC au niveau des produits s'est donc accompagnée d'une certaine différenciation des producteurs. Le fait d'être passé de simple fournisseur de matière première à acteur à part entière de la filière nécessite un apprentissage : *"Il y a quand même une culture. Avant, notre lait, une fois passé la barrière de la cour, on ne s'en occupait plus, on attendait le chèque et puis voilà. Aujourd'hui, il faut*

---

<sup>210</sup> Un producteur de lait de chèvre en zone Sainte-Maure de Touraine AOC.

<sup>211</sup> Un producteur fermier de Chevrotin AOC

<sup>212</sup> Un technicien caprin de la Chambre Départementale d'Agriculture de l'Indre.

<sup>213</sup> Un producteur de lait AOC en Normandie.



*faire changer cette mentalité là. Quand on explique bien ça, les gens – dans les jeunes surtout – comprennent qu'il faut que ça bouge*"<sup>214</sup>. Du fait de la présence d'appellations, les producteurs de lait sont quasiment obligés de "regarder" au-delà de leur exploitation et de s'intéresser à l'aval de la filière. La prise en compte des contraintes des fromageries est à coup sûr un facteur décisif dans les importants efforts techniques consentis par les éleveurs au niveau de la qualité du lait : *"Moi, j'ai été stupéfait les premières années de voir des collègues qui ne savaient pas ce que c'était qu'une laiterie, et pourquoi on leur demandait tant de qualité. Il y a dix ans, de nombreux éleveurs n'étaient pas sensibilisés là-dessus"*<sup>215</sup>.

Cette évolution des représentations tend à renforcer la filière en tant qu'espace stratégique, et donc sa relative autonomie vis-à-vis de son environnement extérieur. Les producteurs de lait AOC bas-normands – du moins une partie d'entre eux – se sont progressivement (ré)appropriés le produit et redonnés une place. Ceux-ci sont également à même de constituer une force de proposition face aux industriels, ce qui est bien entendu source de conflit : *"La représentativité des producteurs de lait fait qu'on commence à entendre des choses dans la campagne. L'Union des Producteurs a lancé un pavé dans la mare, et demande une rémunération en face. On sent qu'il commence à naître quelque chose en termes de valorisation de la démarche AOC en élevage"*<sup>216</sup>. La spécificité des discussions au sein des filières AOC n'est pas non plus sans provoquer des incompréhensions de la part du syndicalisme généraliste, ceci d'autant plus que la part du lait destiné à fabriquer des produits d'appellation est relativement faible et que la structuration des producteurs de lait au sein de l'interprofession laitière régionale est forte<sup>217</sup>. La création des associations de producteurs a ainsi été vue avec une certaine hostilité, de nombreux responsables professionnels craignant qu'une segmentation dans la rémunération des producteurs ne fragilise l'unité de la profession agricole : *"Le syndicalisme en général a un gros problème avec le concept de qualité. Quand on met le mot sur la table, on est sûr que tout le monde va s'engueuler !"*<sup>218</sup>. Cette incompréhension n'est pas réservée à la Basse-Normandie, la gestion spécifique des filières AOC se révèle souvent incompatible avec la recherche d'équité voulue par les instances nationales : *"En ce moment, la FNPL est en train de défendre un dossier de solidarité entre éleveurs avec la caisse de péréquation. On se dit qu'on ne va pas laisser des gens qui livrent à des entreprises qui font du beurre et de la poudre se ramasser une gamelle, alors qu'il y a d'autres entreprises comme les nôtres qui ont une valorisation plus importante. C'est pour ça qu'on se demande pourquoi ne pas prélever une partie du prix du lait pour aider ces gens là. C'est un débat très syndical, mais légitime. Mais quand on arrive, nous, les syndicats d'AOC, avec des demandes de prix supplémentaires, c'est toujours mal vu"*<sup>219</sup>.

De ce point de vue, le contexte bas-normand contraste avec les AOC caprines du Centre, où malgré la présence d'une fédération régionale des AOC, aucune structure ne vient fédérer l'action des producteurs de lait, qui de ce fait ne sont pas toujours réellement impliqués dans les filières : *"Moi, ayant eu l'expérience dans le Berry notamment, où les producteurs, n'étaient pas spécialement impliqués au travers d'associations de ce type là. C'était en Selles sur Cher et Valençay. Toutes, c'est la même chose, les producteurs de lait ont quelques sièges au conseil d'administration, mais il n'y a pas une motivation de fond des*

<sup>214</sup> Un responsable d'association de producteurs AOC.

<sup>215</sup> Un producteur de lait AOC en Normandie.

<sup>216</sup> Un responsable de fromagerie en Normandie.

<sup>217</sup> La section laitière de la FRSEA de Basse-Normandie est une des composantes du CIRLAIT (Centre Interprofessionnel Régional du Lait de Basse-Normandie).

<sup>218</sup> Un producteur de lait en Normandie.

<sup>219</sup> Un responsable de l'Union des Associations de Producteurs AOC.



*producteurs de lait*"<sup>220</sup>. Dans une AOC comme le Crottin de Chavignol, l'implication des producteurs de lait ne s'est donc pas réalisée à travers la création d'une organisation particulière, mais suite au désaccord soulevé par la révision du cahier des charges et par l'instauration d'une période de pâturage obligatoire. De nombreux éleveurs ont alors pris conscience du fait qu'ils risquaient d'être exclus de l'appellation si le cahier des charges restait en l'état, et ont donc décidé de s'investir. Cette prise de conscience est également liée à l'obtention de l'AOC Valençay en 1998, dont les conditions de production se différencient très nettement de celles des autres fromages d'appellation de la région<sup>221</sup>. Les règles imposées par le cahier des charges ont suscité une vague de vigilance chez beaucoup de producteurs laitiers, jusque-là peu ou pas impliqués, vigilance qui s'est ensuite reportée sur les autres dossiers en cours de révision : *"Quand c'est sorti, on ne savait pas trop ce qu'il y avait dedans, on n'avait pas trop suivi le dossier, il y a eu des peurs. L'histoire du pâturage, c'était important. Mais c'est de notre faute aussi, on ne s'était pas du tout intéressés à ce problème"*<sup>222</sup>.

Par l'instauration de règles de fonctionnement spécifiques et de règles de production, l'AOC apparaît donc comme un facteur d'implication des producteurs dans la destinée de leur filière. De la même façon, la révision du cahier des charges de l'AOC Roquefort – et l'instauration de règles spécifiques à l'élevage – a été l'occasion pour les producteurs de se réapproprier un produit, longtemps resté l'apanage des transformateurs : *"Au départ, l'industrie ne voyait l'AOC que du côté de l'industrie, pas du côté producteurs. Ils se disaient que c'étaient eux qui faisaient l'AOC, et pas les producteurs"*<sup>223</sup>. Les producteurs ont donc souhaité s'imposer un certain nombre de contraintes pour remédier à ce problème, et mettre un terme à l'expression "AOC d'affinage", fréquemment utilisée pour qualifier Roquefort. La révision de la zone s'est inscrite dans la même perspective. Les forts besoins en lait de l'industrie jusque dans les années 1970 expliquent la taille démesurée de l'aire d'appellation (vingt et un départements, des Alpes Maritimes à la Gironde). Progressivement, la gestion de l'AOC Roquefort devient une mission à part entière de la fédération des éleveurs, au même titre que la défense du prix du lait et le maintien des producteurs.

Perçue comme un apprentissage, cette réappropriation de la filière et du produit par les producteurs de lait semble être une constante dans les appellations où ceux-ci n'étaient pas forcément représentés. Si les AOC savoyardes – portées dès le départ par l'amont – s'inscrivent quant à elles dans une perspective quelque peu différente, il est malgré tout intéressant de noter que la présidence du Syndicat Interprofessionnel du Reblochon est depuis 1996 assurée par un producteur de lait, et non plus un producteur fermier. En dépit des difficultés de la profession, tant dans l'installation que dans la prise de responsabilités, cette tendance à la réappropriation observée dans les filières AOC est assurément un gage de pérennité pour l'avenir. Nous pensons d'ailleurs mettre ici en évidence une spécificité de la production AOC vis-à-vis du reste de l'activité laitière, qui n'apparaît pas réellement touchée par ce phénomène. La partie amont de la filière semble donc bénéficier à certains égards de la présence d'une AOC. Cette présence profite également aux acteurs situés en aval.

---

<sup>220</sup> Un responsable de fromagerie en Normandie.

<sup>221</sup> L'AOC Valençay est en outre la seule appellation du Centre à avoir été obtenue sous l'égide de l'INAO, et non du CNAOF.

<sup>222</sup> Un producteur de lait de chèvre en Région Centre.

<sup>223</sup> Un producteur de lait de brebis dans le Sud-Aveyron.

### 3.3. AOC et capacité commerciale : un argument de vente souvent déterminant

Du côté des metteurs en marché, l'AOC joue également un rôle dans les pratiques commerciales. En premier lieu, sur la période 1990 – 2004, les statistiques montrent que les années qui suivent l'obtention d'une appellation se caractérisent la plupart du temps par un accroissement des ventes. Le tableau suivant illustre ce phénomène<sup>224</sup>.

**Tableau 15 : évolution du tonnage de quelques filières fromagères suite à l'obtention de l'AOC**

AOC \ Volumes (en t.)	Année de référence (n = obtention de l'AOC)	n+1	n+2	n+3	n+4	Evolution brute globale
<b>Pélardon</b>	3	178	194	207	213	+ <b>210</b>
<b>Valençay</b>	147	181	202	235	272	+ <b>125</b>
<b>Bleu du Vercors Sassenage</b>	39	92	106	131	146	+ <b>107</b>
<b>Epoisses</b>	346	392	447	490	642	+ <b>296</b>
<b>Rocamadour</b>	440	480	546	598	600	+ <b>160</b>

Source : INAO, 2005.

Ces chiffres confirment qu'il existe une demande spécifique pour les fromages d'appellation d'origine. L'obtention d'une nouvelle AOC place immédiatement le produit au même niveau que des fromages à forte notoriété que sont le Comté, le Cantal ou le Roquefort. Celui-ci fait donc l'objet d'une attention toute particulière de la part des distributeurs : *"Les commerciaux des entreprises me disent qu'ils trouvent de nouveaux marchés avec le fait que ce soit une AOC. Il y a de la demande, parce que c'est une nouvelle AOC, donc il y a de la demande pour l'avoir dans la gamme. L'AOC, ça a fait parler de nous aussi"*<sup>225</sup>. Nous avons vu à travers l'exemple des appellations caprines du Centre que l'AOC n'apportait pas toujours de plus-value particulière dans la zone, mais avait une pertinence une fois les limites du marché local ou régional franchies. Les appellations de la Région Centre se situent dans cette problématique. Face à des bassins de consommation locaux saturés, l'AOC permet aux produits de sortir de leur région d'origine et de "s'exporter" au-delà, notamment pour les petits opérateurs. En tant qu'atout commercial, l'AOC profite également aux produits à plus forte notoriété. Ainsi, l'obtention de l'appellation Camembert de Normandie a permis une segmentation du marché et une différenciation du camembert au lait cru moulé à la louche : *"L'AOC a quand même clarifié un peu le marché. Ça nous a aidé, il y a eu un boost, entre 1988 et 1998, le marché progressait de 7 % par an. On a eu des progressions à 15 %"*<sup>226</sup>.

L'AOC confère un statut particulier au produit, même s'il n'est pas forcément mieux valorisé qu'un produit générique ou d'imitation, aussi traditionnel soit-il : *"Un client, quand il révisé son assortiment, il ne touche pas à l'AOC, parce qu'il faut qu'il l'ait dans le rayon. S'il a besoin de faire de la place, c'est la spécialité qui va sauter, sauf si elle fait des volumes extraordinaires. C'est quand même une arme"*<sup>227</sup>. Cette remarque met en exergue une des spécificité des produits AOC : leur durée de vie accrue sur un marché. Cette particularité les distingue de bon nombre de produits innovants : *"Les études consommateurs montrent que 85 % des produits ultrafrais innovants ne passent pas la deuxième année. Il y a beaucoup plus de produits qui ne réussissent pas que de produits qui réussissent"*<sup>228</sup>. Outre ce statut, le produit

<sup>224</sup> D'autres fromages ont obtenu leur appellation durant cette même période, mais ne figurent pas dans ce tableau à cause de données trop peu nombreuses (Chevrotin, Tome des Bauges...) ou du fait d'une situation trop particulière (Fourme d'Ambert et de Montbrison)

<sup>225</sup> L'animatrice du Syndicat Interprofessionnel de la Tome des Bauges AOC.

<sup>226</sup> Un directeur de fromagerie de la filière Camembert de Normandie AOC.

<sup>227</sup> Un directeur de fromagerie de la filière Sainte-Maure de Touraine AOC.

<sup>228</sup> Une responsable de service marketing dans le Centre.

d'appellation semble fonctionner comme un "facilitateur de ventes" dans la mesure où il permet de "placer" d'autres types de produits en plus grande quantité chez les distributeurs et les crémiers. Bon nombre de metteurs en marché estiment en effet que l'AOC joue un rôle décisif dans la négociation commerciale. Même si cet aspect est impossible à mesurer, il apparaît fondamental, car perçu comme tel dans les représentations des acteurs. Ce point concerne aussi bien les producteurs fermiers que les transformateurs laitiers. Comme nous le verrons plus loin, l'AOC vient ici compenser l'absence de marque à forte notoriété qui caractérise la grande majorité des metteurs en marché. Dans les cas contraires, l'AOC vient renforcer la marque par une assurance pour les consommateurs sur le maintien de règles traditionnelles et sur l'origine du produit.

Dans le même ordre d'idées, les entretiens font apparaître toute l'importance pour les opérateurs des filières de posséder plusieurs produits AOC dans leur gamme. Les stratégies des transformateurs laitiers comme fermiers (rachat d'entreprises, déplacement, installation...) sont sous-tendues par cet impératif. Il est d'ailleurs intéressant de noter que très souvent, les acteurs raisonnent à l'échelle des pôles AOC qui constituent nos terrains d'étude. Il s'agit ainsi de "posséder" les trois appellations bas-normandes, les cinq appellations savoyardes ou du Centre. L'enjeu réside notamment dans une différenciation vis-à-vis de la concurrence. Les négociations avec les distributeurs (notamment la GMS) sont d'autant plus facilitées. Citons l'exemple du Groupement d'Intérêt Economique (GIE) "Berry – Touraine". Créée en 1997 par des producteurs fermiers du Centre, cette structure est née du besoin de trouver de nouveaux débouchés hors de la région, face à l'augmentation des charges (coûts de transport, mise aux normes des fromageries...). Le GIE a donc permis de nouer directement contact avec la GMS. Etant aujourd'hui composée de producteurs issus des cinq aires d'appellation, la structure offre une large gamme de fromages, ce qui explique son succès commercial, à tel point que ses dirigeants songent à l'embauche de personnel pour gérer uniquement la partie administrative et logistique. A l'échelle nationale cette fois-ci, la stratégie du groupe Lactalis – leader sur les AOC fromagères avec une présence dans 23 appellations laitières sur 45 (2005) illustre également ce phénomène. Entre 1999 et 2001, l'entreprise a réorganisé l'ensemble de ses services et mis en place une division commerciale spécifique (dite "division AOC", ou "division Société des Caves", basée à Roquefort-sur-Soulzon) qui regroupe la plupart des produits bénéficiant d'une appellation d'origine<sup>229</sup>. Mise en place en réponse à la concentration de la GMS, cette restructuration avait pour but de rationaliser la commercialisation des AOC du groupe et de négocier avec les clients sur la base de ce plateau d'appellations élargi.

Les bassins de production AOC revêtent donc souvent des caractéristiques spécifiques vis-à-vis des autres bassins. Toutefois, ils n'en sont pas moins ancrés à des contextes économiques plus larges, qui exercent sur eux des pressions plus ou moins fortes, susceptibles de nuire à leur pérennité. Ces contextes renvoient certes à des aspects agricoles (l'élevage au sein de l'agriculture en général), mais également à d'autres types de dynamiques, notamment urbaines. La présence d'une appellation peut dès lors constituer une défense supplémentaire vis-à-vis des ces pressions, dont on peut rendre compte à travers une analyse des dynamiques foncières des territoires concernés.

---

<sup>229</sup> Quelques exceptions demeurent, comme la marque de Camembert de Normandie AOC "Lepetit", gérée au sein de la division "beurre et fromages", pour des raisons de concurrence avec la marque "Lanquetot".

### 3.4. AOC et pression foncière : un outil de défense modeste mais réel dans les négociations

Deux de nos terrains d'étude sont propices à une telle analyse : le Centre et les Savoies. Dans le premier cas, la pression foncière est d'origine agricole (grandes cultures), dans le second, elle est d'origine urbaine).

Dans le Centre comme ailleurs, la gestion du foncier agricole se décide au sein des Sociétés d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural (SAFER, chargées de rétrocéder les terres cultivables à d'autres exploitants). Les CDOA (Commissions Départementales d'Orientation Agricole) autorisent quant à elles les agrandissements. Pour une part, ces institutions sont le reflet des rapports de force entre les différents secteurs agricoles. La prédominance des grandes cultures dans l'activité agricole du Centre (Beauce, Champagne Berrichonne...) est un facteur important dans l'évolution du foncier de la région, qui se réalise bien souvent au détriment de l'élevage. D'un point de vue spatial, la production caprine est depuis une dizaine d'année "chassée" des terres les plus fertiles par les céréales. Dans la zone AOC Sainte-Maure de Touraine, le bassin originel – localisé sur la Région de Sainte-Maure – "glisse" lentement vers le sud-est du département sur des zones de Boischaut et de gâtines (voir carte des petites régions agricoles chapitre 4), plus pauvres et davantage tournées vers l'élevage (bovin et caprin). Cette situation rend extrêmement problématique les installations caprines. Les terres libérées par les départs à la retraite ne sont que très rarement reprises par des éleveurs de chèvre désireux de s'agrandir ou de s'installer, confrontés à une concurrence céréalière de plus en plus dure et bien souvent perçue comme inégale : *"Aujourd'hui, quand une petite ferme est à vendre, un jeune est intéressé et se présente chez le fermier. Le fermier lui dit que c'est par exemple 5 000 francs l'hectare. Si à côté, il y a un voisin céréalier, il va mettre 7 000. C'est d'autant plus paradoxal que dans nos régions, les céréaliers sont en général membres des commissions CDOA et des SAFER. Donc, ils sont au courant de tout. Ils disent souvent qu'on n'installe plus de jeunes. Mais dès qu'il y a des terres qui se libèrent, ce sont eux qui les prennent"*<sup>230</sup>. Certaines AOC souffrent davantage que d'autres de ce contexte. Ainsi, le Selles sur Cher éprouve les pires difficultés à satisfaire la demande en fromage, notamment à cause d'une carence en termes d'installations. Majoritairement située dans le Loir-et-Cher, l'aire d'appellation pâtirait, aux dires des acteurs, d'une taille trop petite. De plus, la Sologne induit une concurrence foncière liée à la chasse et aux loisirs (présence de grands propriétaires), ce qui ne laisse que peu de place à la production caprine.

Face à ces enjeux, la présence d'une appellation apparaît comme modeste, mais néanmoins réelle. L'obtention d'une AOC donne aux producteurs concernés un argument supplémentaire dans la défense de leur activité. Le produit en tant qu'élément concrétisant une activité spécifique permet d'avoir en quelque sorte "quelque chose à défendre" face aux évolutions extérieures. De plus, la structuration des acteurs en syndicat est susceptible de permettre une meilleure efficacité et de peser davantage dans les négociations : *"On a un poids de lobbying plus important, même si ce n'est pas un poids économique. Ce n'est qu'un poids d'image. Mais ça se travaille"*<sup>231</sup>.

Dans les Savoies, la pression foncière trouve ses origines dans l'arrivée massive de population extérieure. Sur la période 1990-2002, les deux Savoies ont connu selon l'INSEE une croissance de 1,07 % par an (1,23 % pour la seule Haute-Savoie), largement supérieure à la moyenne nationale, de l'ordre de 0,4 %. Ces chiffres positionnent la Haute-Savoie et la

<sup>230</sup> Un producteur de lait de chèvre en Région Centre.

<sup>231</sup> Un animateur de syndicat AOC en Région Centre.

Savoie respectivement aux 3<sup>ème</sup> et 14<sup>ème</sup> rangs des départements français en ce qui concerne la croissance démographique. L'augmentation du nombre d'habitants s'explique principalement par une dynamique économique qui rend la région attractive. L'image positive des Savoies liée à leur cadre naturel ne fait qu'accentuer cette attractivité. D'autres facteurs entrent en ligne de compte, au premier rang desquels la proximité de la Suisse, qui induit en effet un important travail transfrontalier de Français ayant leur résidence en Haute-Savoie<sup>232</sup> : *"N'importe qui va accepter de balayer en Suisse puisque quand il revient avec son salaire en France, il le multiplie aujourd'hui par 4,22. Je parle en francs"*<sup>233</sup>. Les accords bilatéraux récemment signés devraient accroître ce phénomène, les Suisses étant désormais autorisés à posséder leur résidence principale en France, tout en continuant à travailler dans leur pays d'origine. La présence de cette population à fort revenu a bien entendu un impact direct sur le prix du foncier, et donc sur l'activité agricole : *"Le signe de réussite sociale, c'est la construction de grosses villas. Ce qui fait que tout est hors de prix, et que les terrains sont inabordables. Là, on en est à la maison individuelle avec le nombre de mètres carrés minimum autour de la maison, et ça prend énormément de place. C'est forcément un handicap pour l'agriculture"*<sup>234</sup>. En Haute-Savoie, la dynamique résidentielle implique une perte annuelle variant entre 400 et 600 hectares de surface agricole. Indépendamment de la localisation géographique, l'origine de cette pression foncière est également à rechercher dans le développement du réseau urbain. Ainsi, en Haute-Savoie, l'urbanisation concerne des régions de plus en plus éloignées d'Annecy (Bauges, Chablais, Albanais). En Savoie, même si la situation est jugée moins préoccupante par de nombreux interlocuteurs (aussi bien savoyards que hauts-savoyards), l'étroitesse des vallées est assurément un facteur aggravant. Cette problématique urbaine dépasse largement le cadre des deux départements et concerne la Région Rhône-Alpes dans son ensemble. Le processus d'urbanisation du sillon alpin (de Genève à Grenoble) semble n'être qu'un prolongement de la Vallée du Rhône et du Lyonnais.

La croissance urbaine se réalise entre autres au détriment de l'agriculture. Les agriculteurs propriétaires sont en effet très souvent confrontés à un dilemme : celui de la préservation de l'outil de production face au gain important à court terme : *"Les projets de construction et le prix du terrain, c'est de la folie. On ne peut pas obliger un propriétaire à garder un terrain agricole quand il y a une pression foncière comme ça, ce n'est pas possible"*<sup>235</sup>. La négociation entre les professionnels et les élus, aussi bien à l'échelle communale que départementale, apparaît fondamentale : *"Les documents d'urbanisme, ce sont des combats permanents. Il faut faire reconnaître que le foncier n'est pas qu'une réserve pour l'urbanisation, c'est aussi un outil de travail pour l'agriculture. Il faut intervenir volontairement dans ces tendances, c'est un problème de volonté politique. Sinon, on laisse aller les choses à l'américaine, et à mon avis, on aura une succession continue de construction sur des dizaines et des dizaines de kilomètres"*<sup>236</sup>. Cette négociation est rendue d'autant plus difficile que la chute globale du nombre d'agriculteurs restreint d'autant leur représentativité dans les différentes instances de décision, notamment les municipalités. Issus désormais majoritairement d'autres secteurs d'activité, les élus sont susceptibles d'être moins sensibilisés qu'auparavant aux problématiques agricoles. En dépit de ce contexte peu favorable, des tentatives de coopération ont lieu, comme par exemple la mise en place d'une "Charte de partenariat pour l'aménagement de l'espace en Haute-Savoie". Signé par les

<sup>232</sup> La Chambre Départementale d'Agriculture de Haute-Savoie estime à 30 000 le nombre d'actifs allant travailler en Suisse.

<sup>233</sup> Un responsable de la CDA de Haute-Savoie.

<sup>234</sup> Un responsable du Syndicat de Défense du Beaufort.

<sup>235</sup> Un producteur de lait de Savoie.

<sup>236</sup> Un responsable de la CDA de Haute-Savoie.

agriculteurs et le Conseil Général, ce document formalise la volonté d'impulser une politique plus cohérente et plus rationnelle, preuve que ce problème ne concerne pas uniquement l'agriculture, mais l'aménagement du territoire dans son ensemble : *"On a un peu gâché l'espace, surtout l'espace agricole d'ailleurs. Mais l'objectif, ce n'est pas que l'agriculture. On se rend compte que de miter le paysage et de mettre des maisons partout, ça fait payer par le Conseil Général l'assainissement, la voirie, les poubelles. On pourrait être 800 000 au lieu de 650 000 sans consommer beaucoup plus d'espace"*<sup>237</sup>.

Reste que cette urbanisation aujourd'hui galopante et non maîtrisée a cependant eu des conséquences bénéfiques en termes de revitalisation des campagnes. Ainsi, à l'image de nombreux territoires ruraux fragiles en France, les Bauges ont connu une longue période de désertification, avant de "renaître" au cours des vingt dernières années : *"L'école est repartie, on a presque un boulanger, on a gardé notre épicerie locale"*<sup>238</sup>. La pression foncière est ainsi devenue un des thèmes récurrents dans la défense de l'agriculture savoyarde par le syndicalisme généraliste, le problème dépassant largement le cadre des seules AOC. Toutefois, l'enjeu ne réside pas dans la sauvegarde de l'activité agricole pour elle-même, mais dans la mise en évidence de son utilité (entretien des espaces) et surtout de son intérêt économique : *"Pour que des espaces soient gérés par l'agriculture, il ne faut pas qu'ils soient interstitiels. Il faut que ces espaces présentent un certain nombre de qualités, et que l'agriculture ait un intérêt économique à être exercée. Notre point de vue, c'est de dire aux élus : "admettez que vous avez besoin de l'agriculture dans une gestion du territoire, et admettez que le mieux, c'est qu'elle puisse vivre de ses productions". Ça coûtera beaucoup moins cher que de la laisser foutre le camp et de vouloir un jour la recréer. On a quelques exemples d'initiatives qui ont été prises pour vouloir recréer des exploitations dans des secteurs où elle avait disparu. Ça coûte la peau des fesses, et ce n'est jamais garanti"*<sup>239</sup>.

Dans ce contexte démographique particulier, l'ancrage des AOC repose en d'autres termes la question du lien entre ruralité et produits de terroir. L'exemple savoyard démontre que les produits sous signe officiel de qualité ne concernent pas uniquement des territoires souvent qualifiés de "difficiles", mais également des régions riches et fortement peuplées, caractérisées par un phénomène d'urbanisation des campagnes, mis notamment en évidence par N. Mathieu (Mathieu, 1990). Le maintien de l'activité agricole ne se pose donc dans les mêmes termes. Il n'est pas question ici de désertification et de sauvegarde des services, mais de mise en place d'infrastructures pour accueillir les nouveaux arrivants, ainsi que de coût du foncier élevé, qui pénalise l'ensemble des activités économiques de la région. A terme, c'est dans un environnement totalement urbain que pourraient évoluer les AOC : *"Le secteur de la fromagerie était complètement rural il y a dix ans. Maintenant, on a plus de compagnie, il y a même des producteurs qui vivent en ville. Il y a des problèmes de cohabitation. La fromagerie fait du bruit la nuit, et ça provoque parfois des plaintes"*<sup>240</sup>.

La présence d'aires d'appellation ne change pas fondamentalement la donne. Notons toutefois que les AOC fromagères savoyardes possèdent un certain pouvoir de décision, ou du moins un droit de regard, dans la politique foncière, dans la mesure où tout dépôt de permis de construire situé dans une aire d'appellation est soumis à un avis de l'INAO. Même si cet avis n'est que consultatif, la présence d'une AOC tend à modifier le cadre dans lequel se déroulent les négociations entre les différentes parties. Il s'agit d'un argument supplémentaire dans la

---

<sup>237</sup> Un technicien du Conseil Général de Haute-Savoie.

<sup>238</sup> Une responsable du Syndicat Interprofessionnel de la Tome des Bauges.

<sup>239</sup> Un responsable de la CDA de Haute-Savoie.

<sup>240</sup> Un directeur de fromagerie en Haute-Savoie.

défense d'un bassin de production, même s'il faut rester conscient qu'une appellation ne pèse pas lourd face à des intérêts économiques qui la dépassent, de même qu'ils dépassent l'activité agricole dans son ensemble.

L'analyse en termes d'ancrage permet donc de mettre en évidence un certain nombre d'apports induits par la présence d'une appellation d'origine, ceci en dépit du poids économique relativement faible constaté au début de cette partie. Difficilement mesurables, ces apports n'en sont pas moins réels, et doivent être pris en compte. La mobilisation de différents niveaux d'analyse (dimension juridique, bassins de production, acteurs individuels) fait émerger des éléments qui sont autant de facteurs de pérennité de l'activité laitière, confrontée à de profonds bouleversements. Le caractère multidimensionnel de ces facteurs, ainsi que les importants développements qu'ils ont requis, rend nécessaire un bilan de l'apport des AOC aux dynamiques agricoles.

## 4. Synthèse des résultats : les apports des AOC aux dynamiques agricoles et agroalimentaires

La reprise des principaux résultats issus des différentes démonstrations qui viennent d'être réalisées met en perspective des éléments de réponse quant aux conditions de réussite des filières AOC, tant du point de vue économique (importance de l'activité, dynamique des bassins de production), que de celui des acteurs individuels (pratiques et représentations).

### 4.1. L'importance économique des AOC : le niveau de protection juridique du produit comme facteur de développement agricole

Nous avons vu que l'évaluation du poids économique des appellations à l'échelle régionale constituait un exercice particulièrement complexe à réaliser, tant les difficultés méthodologiques sont grandes et les informations disponibles disparates. Obtenus à partir d'un recoupement entre données statistiques et les enquêtes de terrain, les résultats qui ont été présentés dans les tableaux 13 et 14 sont une contribution à cet important débat, à travers l'analyse du nombre d'exploitations agricoles et d'emplois liés à l'activité AOC. **Les chiffres font état de fortes disparités entre les régions.** Au niveau agricole, la part des exploitations AOC vis-à-vis des exploitations laitières de même catégorie est toujours relativement forte, excepté en Basse-Normandie. Par rapport aux exploitations dans leur ensemble, les Savoies et le Sud-Aveyron se distinguent, les AOC du Centre apparaissent en revanche marginales. En termes d'emplois, les AOC sont bien positionnées vis-à-vis de l'activité agroalimentaire laitière régionale, **mais la confrontation avec les chiffres de l'emploi agroalimentaire global met en évidence leur poids très faible, poids qui devient anecdotique par rapport aux emplois industriels.** Seul Roquefort parvient à s'affirmer comme un pôle agroalimentaire significatif au sein de la Région Midi-Pyrénées. A l'image du poids de l'agriculture dans l'activité nationale globale, **la faible importance économique des AOC constitue le premier résultat important de cette approche quantitative du problème**, même si en termes strictement agricoles, la place des filières d'appellation est davantage marquée. Les conclusions qui suivent doivent donc être replacées dans la perspective de ces résultats.

Au-delà de ces données statiques, l'analyse historique des filières met en évidence un clivage entre des fromages AOC tels que le Camembert de Normandie, le Crottin de Chavignol ou le Sainte-Maure de Touraine, qui correspondent à ce que nous appelons des **"protections partielles"**, et des fromages tels que le Roquefort, le Reblochon, ou le Beaufort, qui renvoient quant à eux à des **"protections intégrales"**. Du fait de leur histoire, les protections partielles se caractérisent par une cohabitation entre le produit d'appellation et un produit générique voisin, exerçant une concurrence supplémentaire avec laquelle les professionnels AOC doivent composer, aussi bien en termes commerciaux que dans une éventuelle révision du cahier des charges. A l'inverse, les protections intégrales correspondent à un seul produit, sans équivalent direct. Vis-à-vis de ce clivage, **la recherche montre qu'une protection intégrale engendre une activité agricole et agroalimentaire bien plus importante qu'une protection partielle.** C'est ainsi pour cette raison que les pôles Sud-Aveyron et Savoies revêtent une ampleur supérieure au Centre et à la Basse-Normandie. Cette idée est corroborée par un examen rapide des AOC à l'échelle nationale, les plus gros tonnages (Comté, Roquefort, Cantal, Reblochon, Saint-Nectaire) correspondent tous à des protections intégrales. Nul doute qu'un Camembert uniquement dédié à l'AOC, et non pas utilisé partout dans le monde, aurait généré une activité d'une toute autre ampleur. Pour cette appellation, beaucoup de choses se sont finalement jouées en 1926, au moment de l'échec de



la reconnaissance de la spécificité géographique du produit, créant des conditions propices à l'émergence, puis au développement, d'une production industrielle ne pouvant ensuite se réclamer de l'appellation en 1983. En termes de développement agricole, mission essentielle des AOC, cette donnée est donc fondamentale. **Une partie des conditions de réussite des filières d'appellation sont ainsi héritées d'une trajectoire spécifique, durant laquelle la capacité, ou la volonté, des acteurs à protéger leur produit a été éprouvée.** Dans cette perspective, les démarches de "rapatriement" d'une dénomination générique dans un territoire (réalisée pour le Morbier, en cours pour le Sainte-Maure de Touraine) constituent un enjeu fondamental pour l'avenir de l'activité laitière et fromagère.

En définitive, l'évaluation de l'importance économique des filières AOC se révèle indispensable car elle permet de fournir des données concrètes, aussi bien aux responsables professionnels (légitimité au sein d'instance telles que l'Union Européenne ou l'OMC), qu'aux décideurs politiques désireux de soutenir ces productions. Toutefois, l'analyse a montré que ces chiffres étaient le résultat d'une évolution juridique particulière, nécessitant une approche historique. Cette entrée quantitative ne constitue qu'une des dimensions de l'apport des AOC en termes agricoles et agroalimentaires. Il est aussi important d'aborder cette question sous l'angle des dynamiques à l'œuvre dans les bassins de production.

#### **4.2. L'AOC dans les bassins de production, prix du lait plus élevés, mobilités spécifiques des acteurs et frein aux restructurations**

Nous avons vu que la rémunération des producteurs dépendait en premier lieu du type de produit (vache, chèvre, brebis). **Les études menées au niveau national font état d'un prix AOC globalement plus élevé, mais avec de fortes disparités entre les régions.** Pour des raisons notamment historiques mais aussi politiques, les Savoies et le Jura contrastent fortement avec le Massif Central. **Dans notre recherche, l'influence de l'AOC est très importante, mais doit être replacée dans un contexte institutionnel plus large.** La réussite des filières savoyardes et roquefortaise tient à la place centrale des produits d'appellation dans les règles visant à fixer le prix du lait et au caractère relativement autonome des systèmes (négociations fortement déconnectées des instances régionales et nationales). Dans le Centre, la bonne valorisation du lait de chèvre est renforcée par des primes variables spécifiques à l'AOC. Enfin, les appellations bas-normandes sont totalement englobées dans une interprofession régionale, mais sont parvenues à instaurer un système de paiement venant se greffer à la réglementation régionale. **Ces éléments prouvent l'action bénéfique des AOC sur la rémunération des producteurs, et montrent dans le même temps qu'il est important de prendre en considération d'autres types de critères,** plus ou moins prégnants selon les terrains (dynamiques commerciales, contexte productif régional...).

L'analyse met également en évidence que si le prix du lait est une des finalités de l'appellation, les contraintes induites par une rémunération élevée sont susceptibles de constituer une menace pour les filières. Les coûts de production élevés, "l'accoutumance" des éleveurs à un certain niveau de prix, ou encore une vigilance qualitative amoindrie, sont autant de facteurs à même de fragiliser la pérennité de l'activité laitière, même si ces phénomènes demeurent ponctuels. **Ainsi, bien qu'il s'agisse d'un critère fondamental pour les filières, notre recherche permet de faire apparaître toute la relativité du prix du lait AOC payé aux producteurs,** et entend mettre en garde contre une utilisation abusive de ce seul indicateur. Il est en effet important de voir de quoi ce prix est constitué d'une part, et ce qu'il implique comme contrainte d'autre part.

**En termes d'attractivité des bassins de production, l'AOC se révèle être un atout indéniable dans la prise de décision d'installation ou d'implantation, dans la mesure où elle induit une structuration en filière et une rémunération à priori garantie.** Il serait d'ailleurs intéressant de mieux quantifier ce phénomène à travers des enquêtes sur les stratégies des acteurs. La présence d'une appellation constitue donc une plus-value pour une région laitière, et de ce fait un atout supplémentaire dans une perspective de concurrence entre bassins. Dans le même ordre d'idées, on a montré que cette attractivité pouvait être cumulative, comme en témoigne l'attraction des acteurs pour des zones où se superposent plusieurs aires AOC. Présent principalement dans le Centre, les Savoies et en Basse-Normandie, **cet avantage concurrentiel est à l'origine de déplacements d'unités de transformation** (fromagers, affineurs), désireux d'enrichir leur offre de produits d'appellation. Enfin, l'observation des mobilités induit implicitement celle des "non-mobilités", **autrement dit la propension des AOC à freiner les phénomènes de restructuration de l'activité, à travers le maintien de la production.** L'exemple savoyard montre comment les appellations ont été des moyens efficaces pour conserver des tailles d'exploitations largement inférieures à la moyenne nationale. Exemple au point de vue des missions octroyées aux AOC, cette "atomisation choisie" comporte malgré tout les germes d'une fragilité pour les années à venir (baisse du prix du lait).

Dans le Centre, les cinq appellations ont incontestablement contribué à freiner la hausse des effectifs caprins par exploitation, surtout si l'on compare ces chiffres à ceux de la région voisine Poitou-Charentes. Dernier exemple mobilisé ici, le bassin roquefortais se caractérise aujourd'hui par des références individuelles relativement importantes, preuve d'une restructuration relativement achevée (une vingtaine de cessations par an sur un total de 2 300 points de livraisons), et d'une activité probablement mieux armée pour faire face aux évolutions futures. Si le travail de quantification mériterait d'être davantage poussé, le maintien de l'activité engendré par les AOC ne doit pas uniquement être envisagé à travers la dynamique agricole. La pérennité des exploitations et des unités de transformations s'inscrit également dans une perspective de lien social, parfois crucial dans les régions de faible densité. L'approche par les bassins de production met donc en évidence des apports beaucoup plus visibles que les seuls chiffres relatifs au poids économique, et montre tout l'intérêt d'une appréhension qualitative des processus. Pour finir, c'est au niveau des acteurs individuels que s'inscrit le dernier éclairage de la contribution des AOC à la dynamique productive.

#### **4.3. Le rôle bénéfique de l'AOC dans les pratiques et les représentations des acteurs**

Cette dimension individuelle a été envisagée à travers plusieurs angles : la perception du métier d'agriculteur, la structuration des filières, la capacité commerciale des acteurs et la problématique foncière, des critères essentiels dans la perspective de la pérennité des filières.

Dans les sondages réalisés auprès des éleveurs, l'astreinte qui caractérise l'activité laitière est aujourd'hui une préoccupation centrale, entre autre liée à un changement de génération. A travers une attention accrue portée à la recherche de temps libre, l'activité agricole a été "rattrapée" par la société globale, mais uniquement pour ce qui est des aspirations des individus, dans la mesure où le décalage est toujours réel si l'on considère le rythme de la production laitière. Cette question fait partie des enjeux à résoudre par la profession. La situation ne devrait d'ailleurs pas être améliorée par les orientations récentes prises au niveau de la PAC. Nous avons vu plus haut qu'à travers la rémunération,

l'appellation pouvait renforcer la motivation des producteurs. **Cette influence n'est pas seulement économique, mais concerne également les représentations des éleveurs, qui estiment que la production de lait AOC est plus intéressante, car fondée sur une finalité concrète, le produit d'appellation, lui-même teinté de valeurs positives** (tradition, authenticité). Observé sur tous les terrains, cet attachement des producteurs à leur statut de membre à part entière d'une filière ne concerne pas que les responsables, mais de plus en plus de producteurs de base. On peut d'ailleurs formuler le même genre de remarque pour les transformateurs. **Le caractère généralement structuré des filières AOC constitue une deuxième source de motivation individuelle. En outre, les exigences du fonctionnement interprofessionnel fondé sur un produit contribuent à une implication croissante des producteurs de lait et à une attention croissante apportée au devenir du produit.** La révision du cahier des charges est ainsi l'occasion pour les producteurs d'élargir leur horizon au-delà de l'exploitation, même si cela se réalise parfois au prix de vifs affrontements. Il apparaît que cette mobilisation est une spécificité des AOC vis-à-vis des filières laitières génériques, où le statut de fournisseur de matière première semble encore prégnant.

Les missions des AOC concernent également la dimension commerciale, à travers leur capacité à constituer des signaux à destination des consommateurs. Notre recherche fait état d'un certain nombre de contributions imputables aux appellations. **Les statistiques montrent par exemple un accroissement des tonnages dans les années qui suivent l'obtention,** preuve qu'il existe une demande spécifique, et qu'au-delà d'un caractère souvent jugé flou, l'AOC est porteuse de sens pour les consommateurs, qui lui accordent une confiance. Cette croissance constatée s'explique par le fait qu'un produit au départ confidentiel se retrouve "projeté" dans la même famille que ses illustres prédécesseurs (Comté, Roquefort, Camembert de Normandie). **L'AOC permet à ces produits de sortir de leur région d'origine et de connaître progressivement un rayonnement national, chose qui n'aurait pas été possible autrement.** Par ailleurs, la spécificité du concept d'appellation fait que les produits relevant de cette famille sont regardés différemment. **Les négociations s'en trouvent quelquefois facilitées,** dans la mesure où ces produits ont en général une durée de vie importante et bénéficient d'un marché garanti, même si les croissances sont lentes. A cet égard, la recherche a également souligné toute la nécessité de posséder dans sa gamme plusieurs AOC.

Enfin, face à une dynamique foncière le plus souvent défavorable (croissance démographique dans les Savoies, développement des céréales dans le Centre), **l'appellation peut constituer un rempart et infléchir, dans une certaine mesure, les stratégies individuelles.** Observée de manière ponctuelle, cette contribution demeure modeste, les enjeux économiques étant sans commune mesure avec le poids de l'activité laitière.

**En conclusion, si l'outil AOC est mobilisé de manière cohérente par les acteurs, celui-ci est un gage potentiel de pérennité pour les filières – et de ce fait pour les bassins de production – à travers différentes contributions :**

- une propension à maintenir l'activité à travers une protection juridique intégrale,
- une rémunération supérieure pour les producteurs,
- des bassins de production attractifs, induisant des phénomènes de mobilité,
- un frein aux phénomènes de restructuration,
- une source de motivation supplémentaire quant au devenir du produit,
- des filières davantage structurées, une implication plus grande des producteurs,
- un atout commercial, aussi bien quantitatif (tonnages) que qualitatif (négociations),
- une protection supplémentaire face aux évolutions foncières défavorables.

**Ces différentes dimensions vont bien au-delà du seul poids économique inhérent à l'activité, et doivent selon nous s'inscrire dans l'argumentation des professionnels visant à légitimer le fonctionnement spécifique de ces filières**, notamment au niveau de l'OMC, où le concept d'Indication Géographique est loin d'aller de soi, mais aussi au sein des instances européennes, en vue d'infléchir les orientations de la PAC, souvent prises dans l'ignorance des spécificités des AOC. Tout en restant dans une perspective agricole et agroalimentaire, il convient désormais d'aborder de manière directe la question du développement territorial en termes de spécification de ressources, et de confronter les outils théoriques à la réalité du terrain. L'appréhension des trajectoires productives de développement doit dès lors permettre d'évaluer le rôle joué par les AOC dans ce processus de spécification.

## II. Les AOC dans la production de ressources spécifiques liées à l'activité productive

L'attention est ici portée à l'ensemble des activités et services que l'on pourrait qualifier de "périphériques" à la production laitière et fromagère, mais qui font partie intégrante des bassins de production. Au travers des emplois générés, ces services représentent également une activité contribuant au développement du territoire considéré. Défini par J.-B. Zimmermann comme une forme productive fondée sur des interactions entre acteurs privés et acteurs institutionnels (Zimmermann, 1998), le tissu industriel apparaît finalement très proche des bassins de production évoqués par J.-P. Diry. Pour évaluer le processus de développement, l'analyse des filières nécessite donc la prise en compte de leur ancrage dans le tissu productif. Mieux que toute autre démonstration, la réflexion de cette technicienne synthétise selon nous cet ancrage : *"Il faut bien comprendre qu'une fois que le lait est parti d'un endroit, il n'y revient pas. Le lait, en général, il est fait dans des zones à potentiel faible agronomiquement. Et tout autour, vous avez aussi tout un ensemble d'élevages. Ce qui fait que vous avez une dynamique qui existe. Vous avez aussi l'amont et l'aval : les techniciens, le contrôle laitier, les vétérinaires, les inséminateurs, les techniciens des aliments, les techniciens des chambres. Tout ça, c'est dans un pôle élevage. Mais si dans un endroit, le lait part, vous n'aurez plus rien autour. Chaque fois qu'il y en a un qui part, c'est un tissu qui s'érode tout autour. L'élevage, c'est tout un ensemble"*<sup>241</sup>.

Afin de compléter le calcul du poids économique d'une AOC sur un territoire, il pourrait être intéressant d'inclure ces emplois liés à la présence de l'activité laitière et fromagère. Notre démarche est différente. D'une part, au vu de l'ampleur somme toute relative de l'activité agricole et agroalimentaire liée à l'AOC sur les terrains étudiés, une réflexion sur les emplois induits ne présente selon nous qu'un intérêt relatif, même si localement, l'exemple roquefortais pourrait se révéler pertinent de ce point de vue. D'autre part, outre les difficultés méthodologiques déjà évoquées au sujet de l'évaluation du poids économique d'une activité, la réalisation d'un tel travail aurait demandé beaucoup plus de moyens. En revanche, il nous apparaît pertinent de réfléchir à la manière dont les filières AOC participent au développement par la construction de ressources immatérielles (compétences, savoir-faire...), selon nous tout aussi cruciales dans la pérennité des bassins de production et des territoires.

Engendrées par la coordination des différents acteurs et organismes impliqués dans l'activité productive, ces ressources prennent un caractère plus ou moins spécifique. Leur rôle dans la concurrence des territoires et des bassins varie donc également en fonction de ce critère. C'est justement sur la propension des filières AOC à générer des ressources spécifiques qu'il nous semble opportun de réfléchir. La différenciation induite par la présence d'une AOC concerne certes le produit, mais également les pratiques agricoles et les technologies laitières (et de ce fait les besoins techniques qui y sont liés). Les règles inscrites dans le cahier des charges sont donc susceptibles d'accentuer la spécification de la trajectoire productive du tissu considéré. Le postulat déjà évoqué dans le chapitre 3 est donc que des produits spécifiques génèrent également des compétences spécifiques, éventuellement exportables dans d'autres territoires. Ainsi, au vu des spécificités productives de chaque territoire où sont ancrées les filières étudiées, l'analyse de la trajectoire des quatre terrains d'étude permettra dans un premier temps d'évaluer de manière qualitative le rôle joué par les AOC dans le processus de spécification. Afin de permettre la confrontation et de faire émerger des résultats significatifs, quatre monographies seront élaborées selon une grille de

---

<sup>241</sup> Une technicienne de la Chambre Régionale d'Agriculture du Centre.

lecture commune, abordant tour à tour les caractéristiques des bassins laitiers à l'échelle régionale, les acteurs et organismes composant le tissu productif, et enfin la place des AOC dans la construction de ressources. Cette trame commune permettra, dans une perspective cette fois-ci comparative, de construire une série d'indicateurs visant à rendre compte du processus de développement sous-tendu par ces trajectoires. Destinés à être appliqués à d'autres filières AOC, voire à d'autres produits sous signe de qualité, ces indicateurs devront questionner les approches théoriques mobilisées.

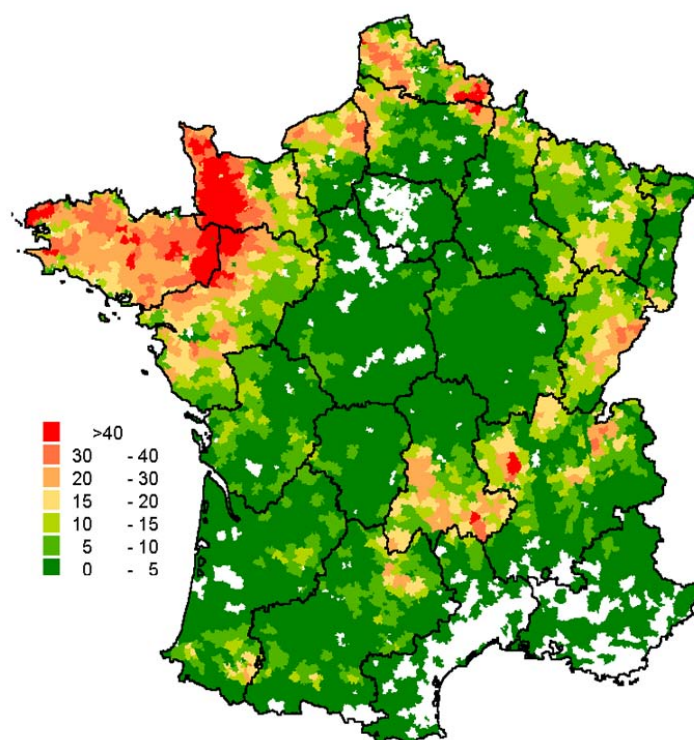
## **1. La relative faiblesse des filières AOC au sein du pôle laitier et fromager bas-normand**

Lorsqu'elle évoque la Normandie dans sa thèse, C. Delfosse fait référence à l'environnement laitier et fromager inhérent à la fabrication de Camembert, générique d'abord, puis AOC ensuite. La politique de relance initiée à partir des années 1970 par le Syndicat des Fabricants du Vritable Camembert de Normandie est de nature industrielle et concerne le camembert fabriqué en Normandie (Delfosse, 1992). Les informations collectées confirment cette idée : le système productif bas-normand constitue, du fait de sa trajectoire, un pôle industriel important, mais où l'AOC occupe une place modeste, voire parfois contestée.

### **1.1. Un bassin laitier d'envergure caractérisé par d'importants contrastes régionaux**

La forte densité laitière de la Basse-Normandie est incontestable, avec 2,5 milliards de litres de référence (soit 11 % du quota français), la région se positionne à la troisième place derrière la Bretagne (4,7 milliards) et les Pays de Loire (3,3 milliards). La hiérarchie est similaire si l'on considère le nombre de vaches : 500 000, soit 12 % des effectifs nationaux. La Basse Normandie apparaît donc comme une composante du Grand Ouest (avec les deux régions précédemment citées), qui représente 45,7 % de la référence nationale et 43,6 % des effectifs. Au sein de ce que l'on a coutume d'appeler le "croissant laitier français", le Grand Ouest tient d'ailleurs une place prépondérante (voir carte ci-dessous).

Carte 11 : la densité laitière française en 2002 (effectifs par km<sup>2</sup>)



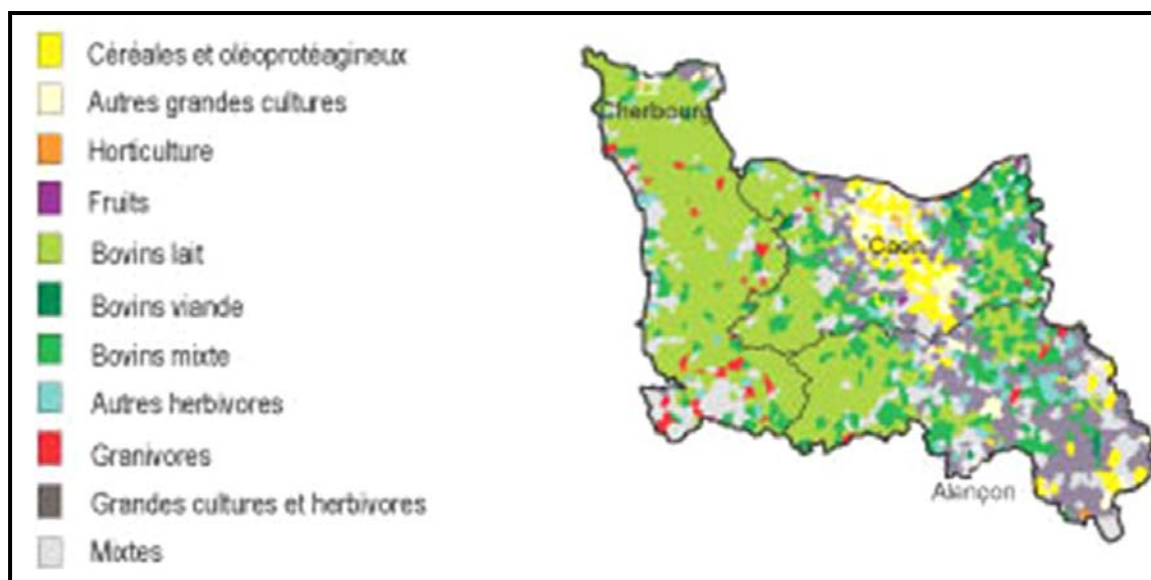
Source : RGA, Institut de l'Elevage, 2002.

La spécialisation est une autre caractéristique importante de la région. 29 % des exploitations bas-normandes sont classées dans l'OTEX "bovin lait", ce chiffre atteint 57,5 % des exploitations professionnelles, largement supérieur à la moyenne nationale (autour de 18 %). A noter également une professionnalisation extrême, puisque 99 % des références laitières et 95 % des exploitations produisant du lait sont considérées comme professionnelles. Cette situation s'explique notamment par la situation géographique de la région. Les importantes précipitations font de la Basse-Normandie un territoire essentiellement occupé par l'herbe, et de ce fait peu propice à une conversion vers les grandes cultures (excepté dans la plaine normande (ou plaine de Caen, voir cartes de localisation chapitre 4), ce qui réduit fortement les possibilités de diversification : *"On ne peut pas faire autre chose que des ruminants. C'est bien pour ça qu'on fait aussi du cheval. C'est donc pour ça qu'il faut cultiver ce gisement dans la durée"*<sup>242</sup>. Ces conditions renvoient à un fort attachement des éleveurs à leur activité : *"Dans la Manche par exemple, les gens n'imaginent pas faire autre chose que du lait. On a une climatologie qui est favorable. On n'a quasiment pas de jour de gel. Les vaches sont à l'herbe dix mois de l'année minimum. Ici, l'an dernier, on a eu une journée de gel. Les vaches ont été dans les prés jusqu'au mois de novembre. Elles ne pâturent pas toute l'année parce que les terrains ne portent pas par rapport à l'humidité"*<sup>243</sup>. Toutefois, derrière ces chiffres régionaux, se cachent d'importantes disparités. La carte des OTEX montre en effet une prégnance de la production laitière dans le département de la Manche, ainsi que dans l'ouest de l'Orne et du Calvados. Séparé de ce bassin par la plaine de Caen, le Pays d'Auge (est du Calvados) apparaît quant à lui beaucoup plus diversifié, notamment vers les vaches allaitantes, et pèse finalement peu dans les livraisons régionales.

<sup>242</sup> Un technicien de la Chambre Régionale d'Agriculture de Normandie.

<sup>243</sup> Un producteur de lait de Basse-Normandie.

**Carte 12 : les OTEX des communes de Basse-Normandie en 2000**



Source : Chambre Régionale d'Agriculture de Normandie, 2002.

Les données par départements illustrent ces disparités. La Manche apparaît davantage spécialisée dans la production laitière (74,2 % des exploitations professionnelles) et représente la moitié de la référence régionale et des effectifs. Les régions naturelles les plus représentatives sont le Bessin et le Bocage, qui cumulent à elles deux 74 % des références de la région, contre 21 % seulement pour le Pays d'Auge (tableau ci-dessous). Les performances laitières sont en adéquation avec ces chiffres, la lactation par an et par vache avoisine les 7 300 litres dans la Manche, contre seulement 6 300 dans le Calvados (source Institut de l'Elevage, 2004). De même, les unités de transformation opèrent majoritairement dans la Manche. Lactalis est implanté à Villedieu les Poêles (marque Bridel), aux Veys (marque Lanquetot) et à Domfront (situé dans l'Orne mais avec une collecte majoritairement localisée dans la Manche, marque Président). Le groupe Bongrain est quant à lui basé à Condé sur Vire (beurre et poudre) et à Ducey (marque Cœur de Lion). Viennent ensuite des unités de taille plus modestes, comme les Maîtres Laitiers du Cotentin et la Coopérative d'Isigny.

**Tableau 16 : la production laitière dans les trois départements de Basse-Normandie en 2002**

	Exploitations professionnelles totales	Expl. avec référence laitière	Effectifs vaches laitières	Référence (1000 litres)	Spécialisation (% d'OTEX bovin lait)
<b>Calvados</b>	4 844	2 848	116 901	601 914	45,4 %
<b>Manche</b>	7 766	6 462	260 458	1 277 858	74,2 %
<b>Orne</b>	4 751	3 051	118 358	622 839	42,4 %

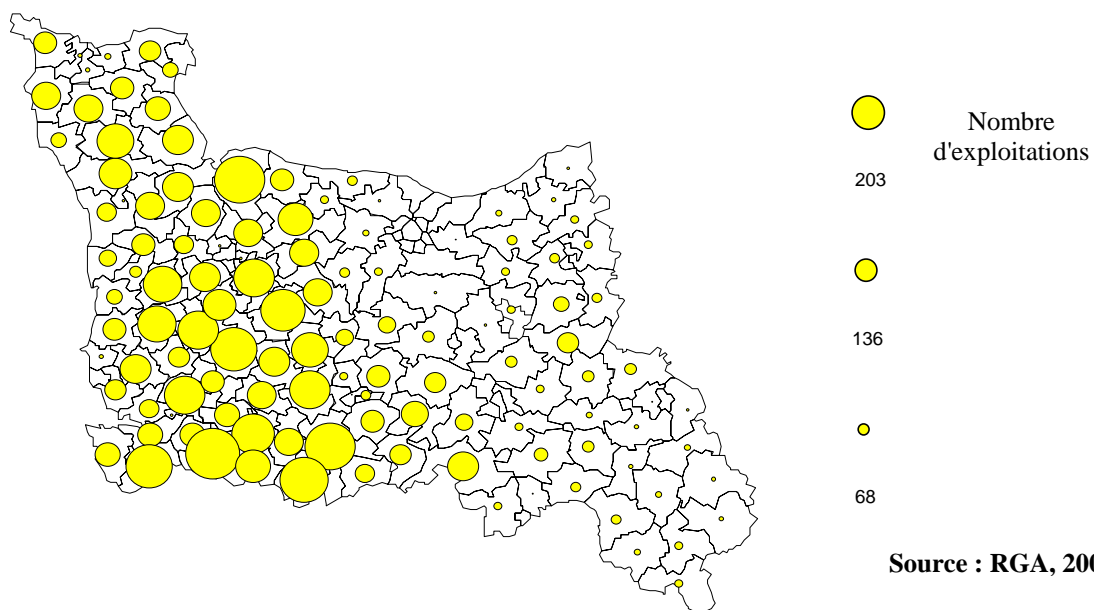
Source, Chambre Régionale d'Agriculture, 2002.

## 1.2. Des filières AOC ancrées à un environnement laitier et fromager peu favorable et dominé par les industriels

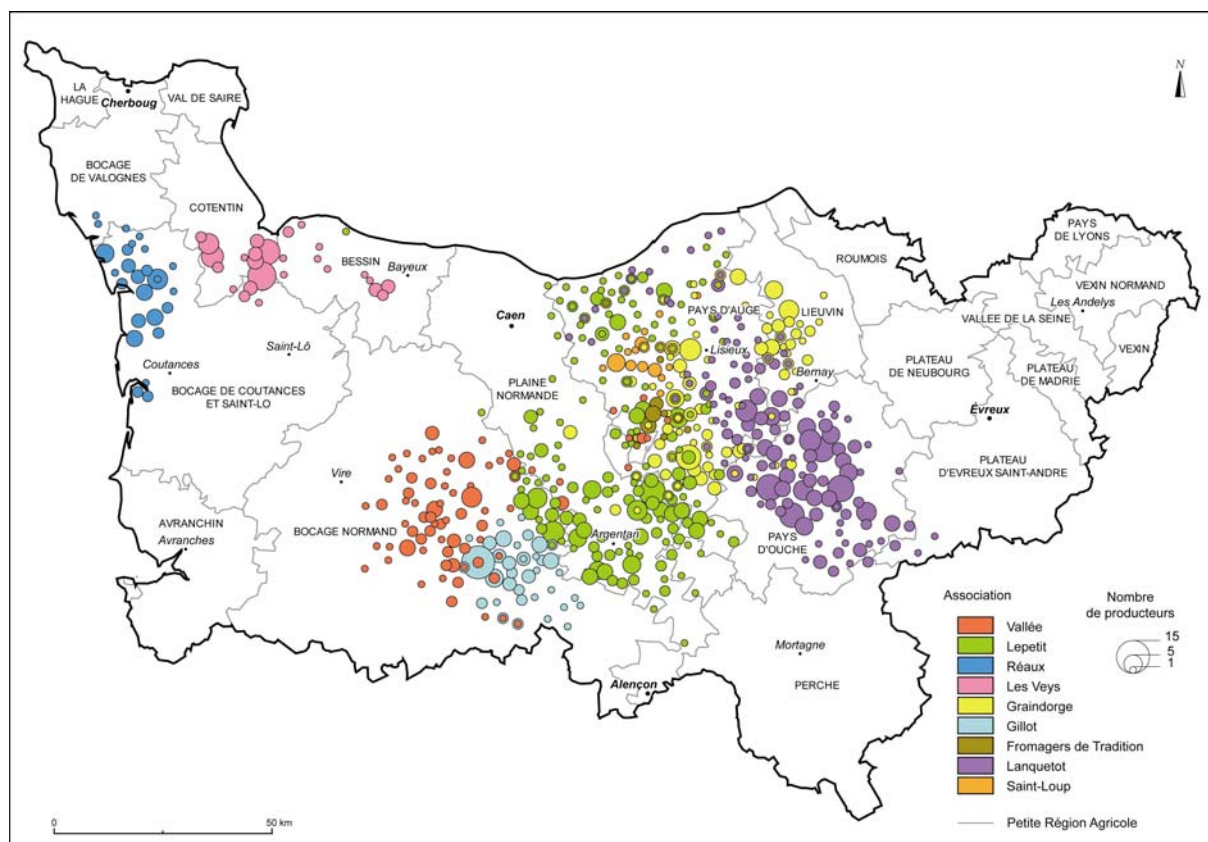
Cette répartition de la production est en décalage avec la localisation des unités de transformation AOC et des producteurs qui y sont liés. Minoritaire dans les livraisons régionales, le Pays d'Auge est en revanche la première région laitière pour les fromages normands AOC, avec environ 60 % des litrages, contre 20 % pour le Bocage Normand et 20 % dans la Manche. Ce décalage constitue la seconde caractéristique importante des appellations bas-normandes, après leur faible poids dans la production laitière régionale.



**Carte 13 : les exploitations avec des vaches laitières en Basse-Normandie**



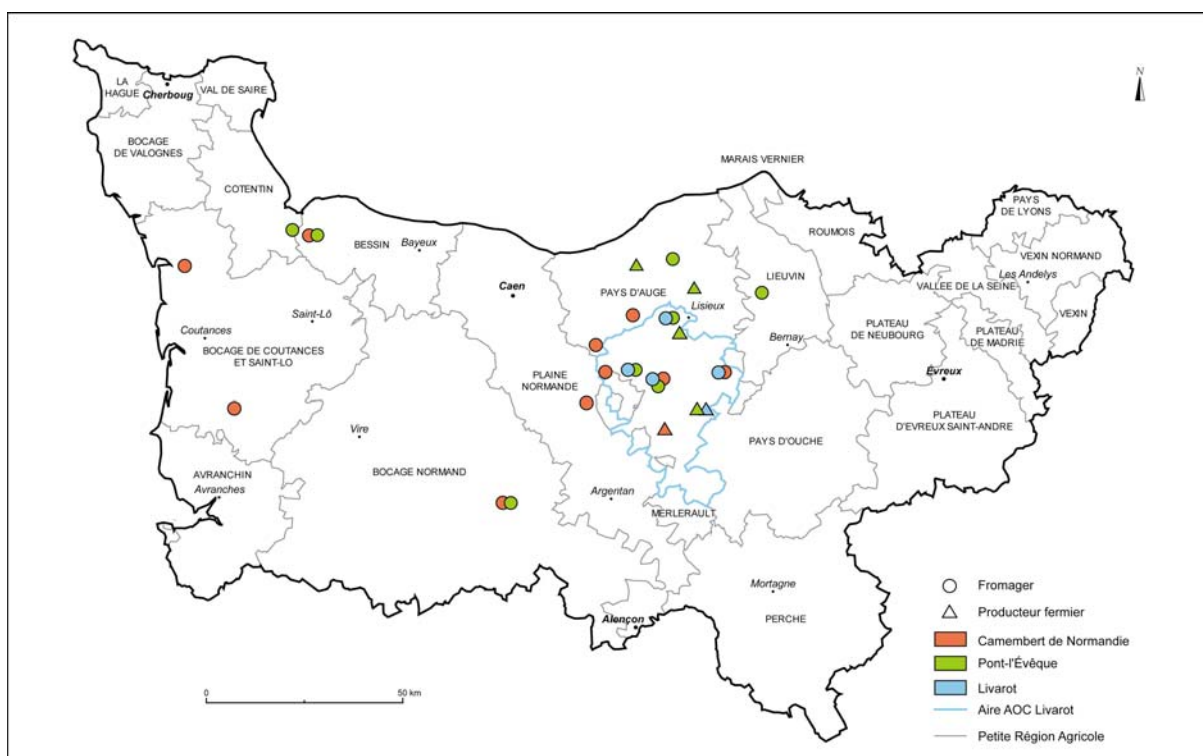
**Carte 14 : les adhérents aux associations de producteurs AOC en 2003**



Source : Union des Associations de producteurs AOC (2003), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

La carte montre d'une part les caractéristiques spatiales du bassin laitier AOC bas-normand, et d'autre part les zones de collecte de chacune des entreprises de transformation. On voit ainsi que les "poids lourds" Lanquetot et Lepetit opèrent principalement dans le Pays d'Ouche et le Pays d'Auge, ce dernier étant le berceau d'origine des trois fromages d'appellation<sup>244</sup>. Même si elle doit être nuancée par l'absence de données pour la Coopérative d'Isigny<sup>245</sup>, la déconnection entre production de lait et production AOC est un facteur d'explication clé de la place qu'occupent les appellations au sein du système bas-normand. Ce décalage est confirmé par la carte des transformateurs, qui met une fois encore en évidence la prégnance du Pays d'Auge (carte ci-dessous).

**Carte 15 : les transformateurs du pôle AOC "Basse-Normandie" en 2004**



Source : Syndicats AOC (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

La prédominance de la Manche dans la production laitière régionale est symbolisée par la présence de l'Ecole Nationale d'Industrie Laitière (ENIL) de Saint-Lô Thère, l'un des principaux pôles de formation pour le Grand Ouest. Spécialisée dans les pâtes molles, l'ENIL de Saint-Lô est la plus récente des écoles laitières, sa création dans les années 1970 coïncide avec la volonté d'adaptation à l'évolution spatiale de la production de lait, qui depuis plusieurs décennies tend à "glisser" d'est en ouest. Même si la fabrication reste modeste (100 000 litres de lait traités annuellement, à comparer avec les deux millions de litres de l'ENIL de la Roche sur Foron en Haute-Savoie), Saint-Lô s'affirme comme une référence nationale pour les technologies liées aux pâtes molles. L'école est un important "fournisseur" de techniciens pour les laiteries industrielles, dans un contexte de professionnalisation du personnel. Le diplôme du BTS devient aujourd'hui un point de passage obligé, aussi bien pour les industriels que

<sup>244</sup> A noter que la tradition fromagère est d'abord augeronne, le reste de la Normandie s'est longtemps orienté vers la fabrication de beurre.

<sup>245</sup> Les éleveurs collectés par la Coopérative d'Isigny (nord de Saint-Lô) ne figurent pas ici, étant donné qu'il n'existe pas d'association de producteurs. On estime que les 2 800 tonnes de fromages AOC fabriqués par la coopérative correspondent à une centaine de producteurs, majoritairement localisés dans le Bessin et le Cotentin.

pour les structures artisanales : *"Depuis quelques années, on a pris deux ou trois personnes qui avaient des formations solides. La collègue qui me seconde a une formation BTS Industrie Laitière à Saint-Lô. Par rapport à avant, on a quand même des gens qui ont suivi un cursus et qui ont quand même des connaissances de base. C'est toujours mieux d'avoir un diplôme en relation avec le travail qu'on va accomplir"*<sup>246</sup>. A noter que cette professionnalisation ne concerne pas uniquement la partie technologique, mais l'ensemble des aspects de la production (marketing, gestion...). Saint-Lô Thère apparaît donc comme un acteur à part entière de la filière régionale, comme en témoigne d'ailleurs sa proximité spatiale avec l'interprofession : *"On a quand même des liens étroits. On travaille ensemble, on se connaît bien. Ils sont intégrés dans la filière lait. Ils sont un maillon de la filière, comme nous"*<sup>247</sup>.

Malgré tout, la prédominance des groupes laitiers induit en parallèle des démarches individuelles marquées dans les stratégies de formation. Ainsi, un groupe comme Lactalis, qui représente en Basse-Normandie plus du tiers de la collecte (environ un milliard de litres), possède son propre service de formation interne et investit plus de 2,5 % de son chiffre d'affaires dans ce domaine chaque année. La présence de sites dans la plupart des régions laitières françaises est d'ailleurs un atout pour la mobilité du personnel, et donc pour l'attractivité de l'entreprise. La stratégie de Bongrain, qui représente quant à lui 800 millions de litres, relève de la même logique. Le groupe contrôle aujourd'hui la Compagnie Laitière Européenne (CLE), qui assure la collecte. Cette organisation résulte du rachat par Bongrain des unités de transformations de l'Union Laitière Normande (ULN), une union de coopératives nées au début du siècle. Fondée essentiellement sur la production de beurre et de poudre, l'ULN a connu un coup d'arrêt suite à la baisse des subventions européennes sur ces produits après 1985, après avoir été dans les années 1970 le premier collecteur français.

### **1.3. Filières AOC, production de ressources et cahier des charges**

Dans ce pôle laitier dominé par l'industrie, les filières AOC apparaissent comme "diluées" et parviennent difficilement à affirmer leurs spécificités en tant que structures interprofessionnelles. Les syndicats d'appellation sont une fois encore tributaires des transformateurs qui, par l'intermédiaire du syndicat des fabricants AOC, entretiennent des relations relativement étroites avec l'Université de Caen, où existe une chaire de microbiologie appliquée. Des travaux sont régulièrement menés sur les flores pathogènes présentes dans le lait cru, caractéristique particulière aux produits AOC.

Plus largement, les principaux travaux menés en Basse-Normandie dans une perspective de lien au terroir sont ceux de la ferme expérimentale de la Blanche Maison (Manche). Née en 1982, cette ferme avait au départ pour vocation de constituer une vitrine de la production laitière du département. Malgré tout, les responsables professionnels agricoles décident rapidement de privilégier l'étude du pâturage, afin de pouvoir profiter d'aides européennes, ce qui les amène également à réorienter le troupeau vers la Normandie. Lourde de sens, cette décision va alors à contre-courant du modèle de développement laitier de la Manche, principalement fondé sur l'utilisation de l'ensilage de maïs pour la nourriture des animaux en hiver : *"C'était une décision des responsables de la Chambre. L'idée était d'étudier le pâturage. Et si en Normandie, on n'étudie pas le pâturage, qui est-ce qui va*

---

<sup>246</sup> Un directeur de fromagerie dans la Manche.

<sup>247</sup> Un responsable du Comité Interprofessionnel Régional Laitier de Basse-Normandie (CIRLAIT), structure qui héberge également dans ses locaux le LILANO (Laboratoire Interprofessionnel Laitier de Basse-Normandie).

*l'étudier ? Alors que le maïs, il y a plein de gens qui sont prêts à l'étudier*"<sup>248</sup>. Les premières recherches en liaison directe avec les filières AOC ont lieu en 1997, au moment de l'avènement des syndicats interprofessionnels. A cette époque, La Coopérative d'Isigny sollicite la ferme pour étudier l'incidence de l'alimentation des animaux sur le beurre d'Isigny et le Camembert de Normandie, dans un contexte où les pratiques hivernales des producteurs (maïs) étaient jugées néfastes pour la qualité des produits. L'ensilage de maïs et d'herbe sont donc comparés. La ferme semble pâtir d'une image négative auprès des producteurs de lait de la région : *"Aujourd'hui encore, on patine du fait qu'on a des Normandes. De la part d'un certain nombre d'éleveurs, rien ne vaut la Holstein. On patine aussi parce qu'on travaille sur le pâturage, c'est notre mission d'origine. Et dans l'esprit d'un certain nombre de personnes, on est tout herbe, ce qui n'est pas vrai"*. Suite aux crises listeria, la décision est prise d'étudier l'impact de l'utilisation du foin en régime hivernal, principalement à cause de risques bactériologiques moindres. Cependant, afin de ne pas "choquer" la population agricole, les tests concernent au départ une demi-ration : *"Moi, j'avoue qu'en 1997, on m'aurait dit qu'on allait étudier des régimes vaches laitières avec du foin, j'aurais rigolé"*.

La mauvaise image véhiculée par la ferme est en partie à l'origine de ses difficultés financières actuelles, certaines de ses sources de financement étant remises en cause : *"Il y a un certain nombre de décideurs qui ne voient pas l'intérêt de nos essais. Par exemple, on a reçu un courrier nous disant que 2003 était la dernière année où ils nous finançaient. On a un certain nombre de professionnels qui ne sont pas sensibles à la relation alimentation / qualité des produits"*. En dépit de ces difficultés, les travaux menés au sein de la ferme expérimentale font de cette structure un interlocuteur privilégié des filières AOC, et plus particulièrement des producteurs de lait, qui par l'intermédiaire de l'Union des Associations coordonnent aujourd'hui les futures recherches devant porter sur la comparaison entre ensilage de maïs et foin ventilé. La spécificité des études est renforcée par le fait que la ferme est, aux dires de ses responsables, la seule structure en France à travailler sur les pâtes molles. Les informations collectées sur le terrain font état d'autres recherches concernant les AOC bas-normandes (INRA, Chambre Départementale d'Agriculture du Calvados, Domaine de Saint-Hippolyte<sup>249</sup>) tout en mettant en évidence leur caractère dispersé et ponctuel, ce que déplorent certains interlocuteurs : *"Il y a beaucoup d'expérimentations qui se font dans le cadre des AOC sur la Normandie, mais c'est éclaté. Il n'y a pas d'endroit où tu peux recenser les choses. Il y a les essais Blanche Maison, il y a eu les essais INRA, il y a l'étude qu'on a faite nous avec les autres chambres sur l'impact des systèmes fourragers. Des choses qu'on ne centralise pas et qu'on valorise peu. Il faudrait une structure qui fédère les initiatives"*<sup>250</sup>.

L'hostilité dans laquelle évolue la Blanche Maison est renforcée par l'apparente incompatibilité entre ses thèmes de recherche et sa localisation. En effet, à l'exception des zones marécageuses du Cotentin et du Bessin, la Manche apparaît comme une région favorable à la culture de maïs (terrains peu accidentés). En cela, le département constitue un prolongement moins abouti du bassin laitier breton et de son modèle de développement. Durant les quinze dernières années, les techniciens agricoles ont en effet pu constater une homogénéisation des pratiques des éleveurs en faveur du maïs, largement favorisé par la politique européenne : *"C'est le schéma maïs pour les conserves l'hiver, et prairies l'été. Techniquement, c'est le système simple, diffusé partout, et que les éleveurs adoptent"*<sup>251</sup>. Avec

<sup>248</sup> Un responsable de la ferme expérimentale Blanche Maison.

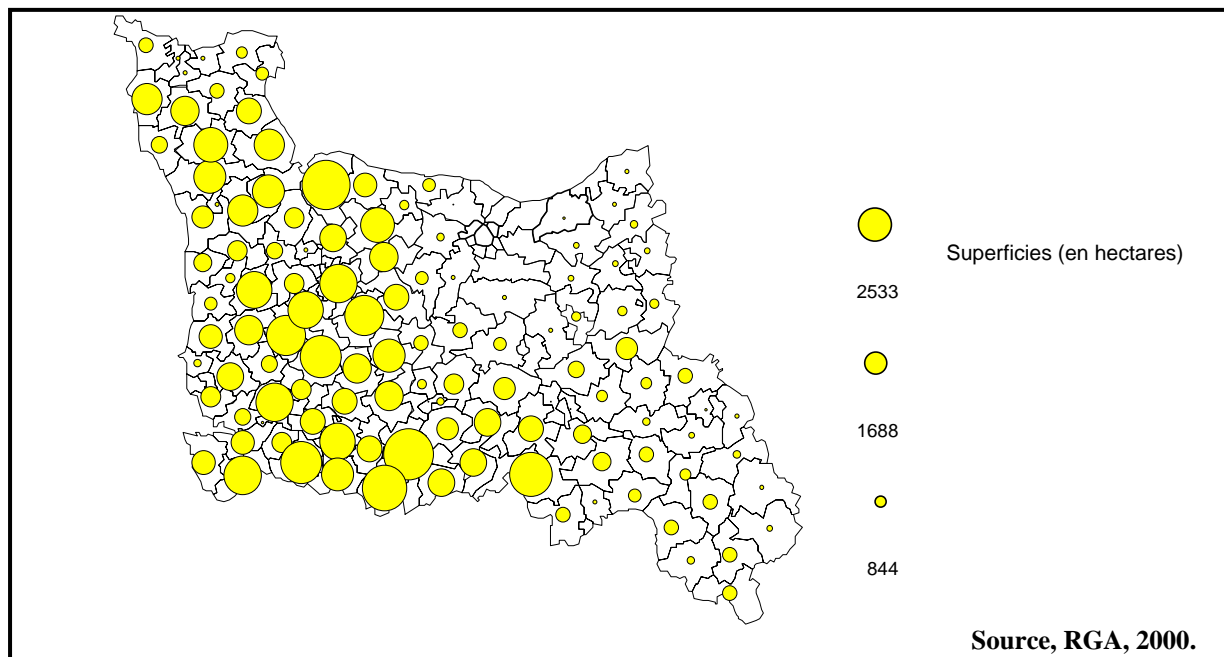
<sup>249</sup> Appartenant à l'UNOG (Union Nord-Ouest Génétique), le Domaine de Saint-Hippolyte se veut une vitrine de la race Normande à destination des touristes (voir chapitre suivant).

<sup>250</sup> Une technicienne de la CDA du Calvados.

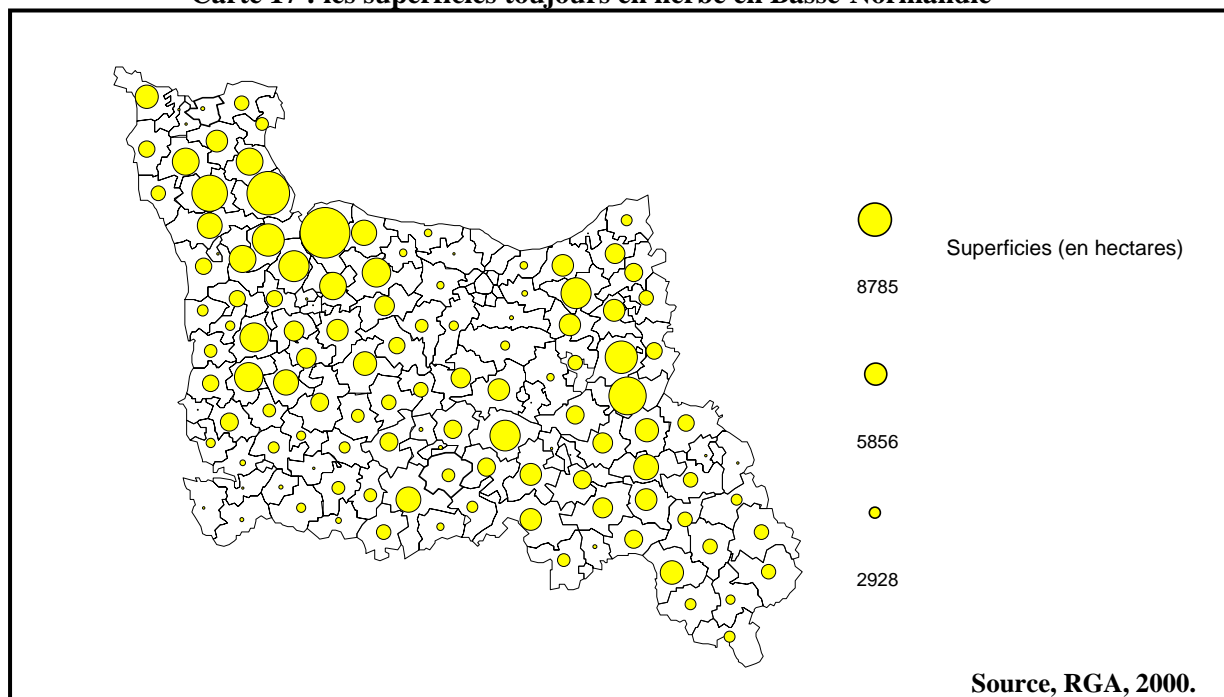
<sup>251</sup> Un technicien de la CDA de la Manche.

des variantes, les zones de bocages relèvent également de ce modèle intensif (structures d'exploitations plus petites, recours au maïs, race Holstein, formation poussée des éleveurs). A l'inverse, le Pays d'Auge se différencie nettement. Doté d'un poids beaucoup moins important, ce bassin apparaît en outre davantage traditionnel, aussi bien du point de vue du recours à l'ensilage que de la surface en herbe. Les deux cartes ci-dessous illustrent ces différences. En outre, les vaches de race Normande représentent 68 % des effectifs de vaches laitières, contre à peine 58 % pour la Manche et 51 % pour l'Orne (source : RGA<sup>252</sup>).

**Carte 16 : les superficies de maïs ensilage en Basse-Normandie**



**Carte 17 : les superficies toujours en herbe en Basse-Normandie**



<sup>252</sup> A noter que pour le Calvados, la proportion de vaches Normandes n'atteint que 40 % des effectifs.

Les évolutions à l'œuvre dans les différents bassins laitiers de Basse-Normandie viennent en contradiction avec la volonté de certains acteurs des filières AOC de revenir à des pratiques plus traditionnelles. Même s'il ne faut pas surestimer son rôle, les travaux réalisés dans le cadre de la Blanche Maison participent donc à la production de ressources cognitives inhérentes aux relations entre pratiques productives et qualité des produits. Ces ressources apparaissent comme spécifiques vis-à-vis de la production laitière standard, dominante dans la région. Toutefois, l'analyse met selon nous en évidence l'environnement technique peu favorable dans lequel évoluent les filières AOC. La recherche sur le pâturage n'apparaît pas comme une priorité pour de nombreuses organisations professionnelles, qui encouragent le recours au maïs pour des raisons de simplification du travail et de régularité de la lactation sur l'année. Les réflexions inhérentes au séchage du foin en grange apparaissent comme des alternatives peu opérationnelles au vu de la maîtrise technique et des investissements exigés.

Les enjeux demeurent malgré tout importants pour l'avenir des filières AOC et leur crédibilité auprès des consommateurs. Les conditions climatiques rendent difficile la gestion qualitative des prairies (fertilisation, fauche, récolte, séchage), les compétences et les connaissances susceptibles d'être développées par les filières AOC dans le contexte bas-normand semblent devoir intégrer ces aspects techniques et organisationnels de "(re)découverte de la prairie", pour répondre aux exigences futures des cahiers des charges. La logique de l'appellation se heurte toutefois ici à la trajectoire productive de la région : *"Il y a eu un désintérêt pour les prairies et l'herbe durant les Trente Glorieuses du développement agricole, parce que c'était plus facile d'introduire du maïs, d'utiliser du soja et de mettre de l'azote sur les prairies. Les autres voies ont été ignorées. Aujourd'hui, on a un schéma technique très fort pour les éleveurs qui n'est pas facile à remettre en cause"*<sup>253</sup>. La volonté de retour à des pratiques traditionnelles semble atteindre ses limites, un usage accru de l'herbe implique aujourd'hui une augmentation du nombre de vaches, ce qui n'est pas sans poser des problèmes (logement, normes environnementales). Face à ces marges de manœuvre plus qu'étroites, de nouvelles ressources restent à construire. L'organisation de journées techniques consacrées à la culture de l'herbe répond à ce besoin<sup>254</sup>. L'éventuel rééquilibrage entre herbe et maïs attendu par la réforme de la PAC pourrait également jouer un rôle déterminant.

## **2. La Région Centre : d'un assemblage de systèmes productifs à la mise en cohérence des ressources au sein d'un pôle AOC ?**

Loin de constituer un bassin homogène, la production de lait de chèvre en Région Centre se caractérise à l'inverse par des situations relativement contrastées, qui sont à l'origine de trajectoires différenciées, ce qui complique les dynamiques de construction de ressources.

### **2.1. Des bassins hétérogènes qui pèsent peu face au "géant" Poitou-Charentes**

Si, comme en Basse-Normandie, la prédominance des entreprises industrielles est également une réalité dans les filières AOC caprines du Centre, les deux régions se différencient en revanche nettement du point de vue de leur densité laitière et du poids économique de l'activité caprine vis-à-vis de l'agriculture régionale. Comme le montre la carte suivante, la région est d'abord identifiée par les productions céréalières (Beauce, Champagne

---

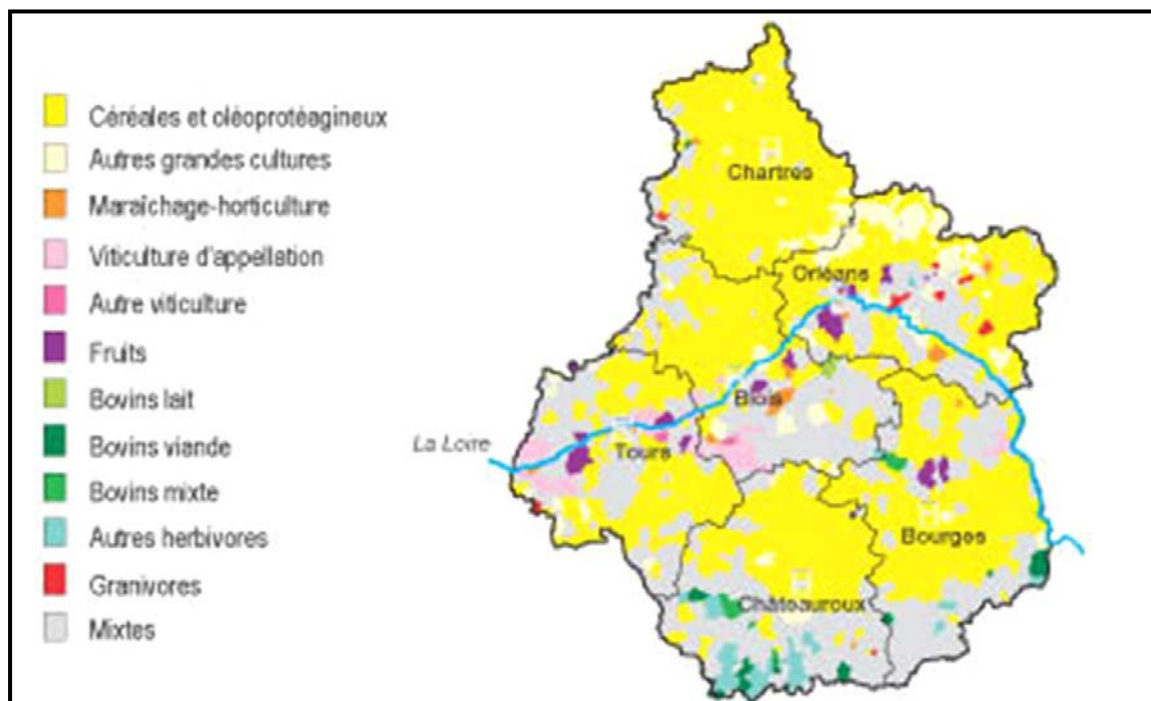
<sup>253</sup> Un technicien de la CDA du Calvados.

<sup>254</sup> Baptisées "Prairiales Normandie", ces journées sont promues par un slogan évocateur : *"Osez l'herbe !"*.



Berrichonne), puis par la viticulture (le long du Val de Loire). L'élevage est représenté de façon très marginale, essentiellement dans le sud du département de l'Indre (Boischaut Sud).

**Carte 18 : les OTEX des communes du Centre en 2000**



Source : Chambre Régionale d'Agriculture du Centre, 2002.

Dans ce contexte, l'élevage caprin apparaît quelque peu isolé, dans un tissu agricole d'abord tourné vers les grandes cultures. Cet isolement est ressenti par les professionnels des fromageries : *"La première école laitière est à plus de 400 kilomètres d'ici, c'est Surgères. Il existe des BTS agroalimentaire à Chartres et à Limoges. Donc, vraiment, en termes de recrutement et d'organismes de formation, on est isolé. Il n'y a pas de culture et de filière laitière dans notre environnement. Et être une grosse entreprise laitière dans un département qui n'a pas de culture, ni agro, ni laitière, ça marque la politique des ressources humaines"*<sup>255</sup>. Ainsi, à l'exception de quelques foyers localisés, le Centre n'apparaît pas comme une région de tradition laitière. A la différence de la Basse-Normandie, la production caprine ne semble pas avoir atteint une taille critique suffisante pour voir émerger un réel tissu productif. A l'échelle nationale, la Région Centre ne représente selon le RGA que 7,9 % des exploitations professionnelles caprines, pour 12,6 % des effectifs. Elle se positionne ainsi loin derrière Poitou-Charentes, qui cumule plus du tiers des effectifs nationaux. Les structures d'exploitation apparaissent beaucoup plus importantes (tableau et carte ci-dessous).

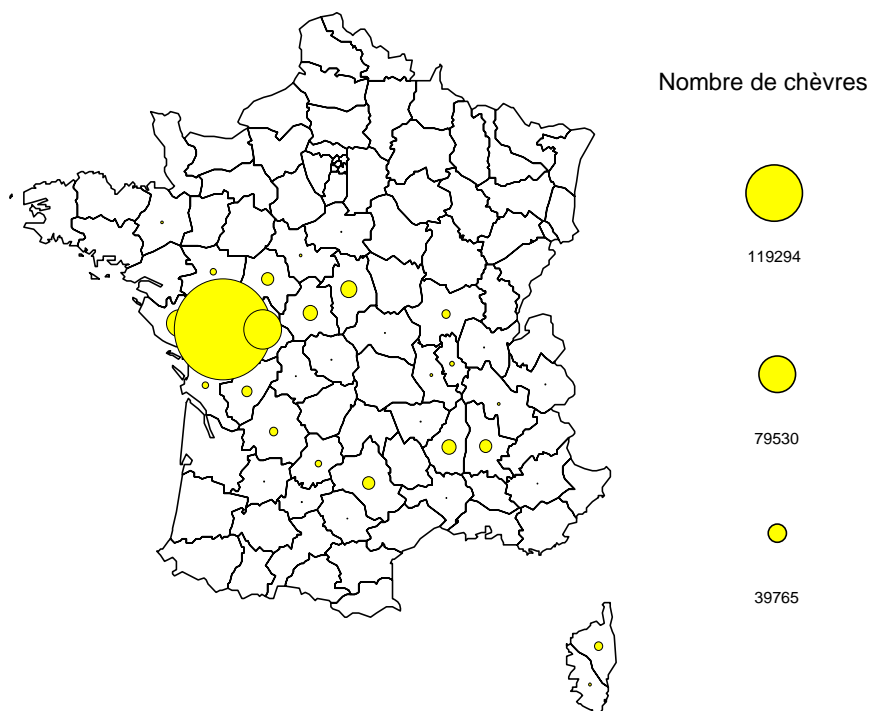
<sup>255</sup> Un cadre d'une entreprise laitière de la Région Centre.

**Tableau 17 : les caractéristiques des élevages caprins de quelques départements français**

Zone	Nombre d'élevages caprins	Effectifs	Nombre de chèvres par élevage
<b>Région Centre</b>	<b>1 234</b>	<b>98 125</b>	<b>79,5</b>
Cher	336	30 322	90,2
Indre	407	28 969	71,2
Indre-et-Loire	284	24 495	86,3
Loir-et-Cher	116	8 416	72,6
<b>Région Poitou-Charentes</b>	<b>2 004</b>	<b>264 368</b>	<b>131,9</b>
Deux-Sèvres	1 078	159 059	147,6
Vienne	494	66 154	133,9
<b>Région Pays de Loire</b>	<b>1 115</b>	<b>71 323</b>	<b>64,0</b>
Vendée	366	47 999	131,1
<b>France</b>	<b>15 631</b>	<b>779 584</b>	<b>49,9</b>

Source, RGA, 2000.

**Carte 19 : les effectifs caprins en France en 2000**



Source, RGA, 2000.

D'un point de vue technico-économique, le clivage entre le Centre et Poitou-Charentes (auquel on peut rajouter la Vendée) est globalement équivalent au clivage Bretagne / Basse-Normandie. Si la Région Centre peut être qualifiée de traditionnelle, la trajectoire suivie par Poitou-Charentes s'inscrit au contraire dans une logique beaucoup plus intensive. La domination de cette dernière est en effet encore plus forte si l'on considère les litrages. Dans les dernières enquêtes laitières, la part du lait produit en Poitou-Charentes oscille entre 55 et



58 % des volumes, contre seulement 11 % pour le Centre<sup>256</sup>. En termes de performances laitières, une chèvre produit en 2004 en moyenne 750 litres de lait par an dans le Centre, contre 781 en Poitou-Charentes (783 en Pays de Loire, source : Institut de l'Elevage). Les grands opérateurs industriels français sont majoritairement localisés en Poitou-Charentes. Les deux principaux groupes sont coopératifs, et représentent chacun environ un tiers des volumes produits en France. Il s'agit d'Eurial Poitouaine, un groupement de coopératives (marque Soignon) et Groupement de Laiteries Coopératives de Charente Poitou (GLAC). Le Centre est en revanche la première région française en ce qui concerne la production fermière, avec 26 % des volumes fabriqués, devant Rhône-Alpes (25 %) et Poitou-Charentes (9 %)<sup>257</sup>. Du fait de cette taille modeste, les réponses aux préoccupations des éleveurs (astreinte) sont plus difficiles à mettre en place : *"Le développement d'outils tels que les services de remplacement et les groupements d'employeurs, ce n'est pas simple. Il faut qu'on garde un tissu, un nombre de producteurs suffisant, pour pouvoir justifier la présence de structures type service de remplacement. Il y a des tailles critiques en dessous desquelles il ne faudrait pas tomber"*<sup>258</sup>.

Les filières AOC du Centre souffrent d'un manque de références techniques, qui lorsqu'elles existent, concernent la production caprine dans son ensemble<sup>259</sup>. Hormis le syndicat du Crottin de Chavignol, les autres syndicats dépendent des chambres départementales d'agriculture, dont l'implication dans cette production est très variable. Nous verrons plus loin que cette situation oblige certaines filières à aller chercher des compétences hors de la Région. La pénurie de moyens (humains comme financiers) est le principal facteur d'explication de ces difficultés. Le CRIEL Centre regroupe ainsi les productions bovines et caprines au sein de la même structure. La collecte d'informations s'est d'ailleurs avérée plus difficile en Région Centre, étant donné le déficit d'études en la matière. La faible ampleur de l'activité laitière s'accompagne d'une situation contrastée entre les différents bassins de production, du point de vue de la répartition de la production comme en termes techniques. La région s'organise autour de deux pôles principaux : le Sancerrois (Cher) et l'ensemble constitué par la Région de Sainte-Maure et les Brandes et Brenne (Indre-et-Loire). Le Boischaut Nord (Vallée du Cher) constitue un troisième bassin de moindre importance.

---

<sup>256</sup> Source : enquêtes annuelles laitières, 2001 à 2004.

<sup>257</sup> Source : RGA, 2002, estimations de l'Association Nationale Interprofessionnelle Caprine (ANICAP).

<sup>258</sup> Un responsable de fromagerie en Région Centre.

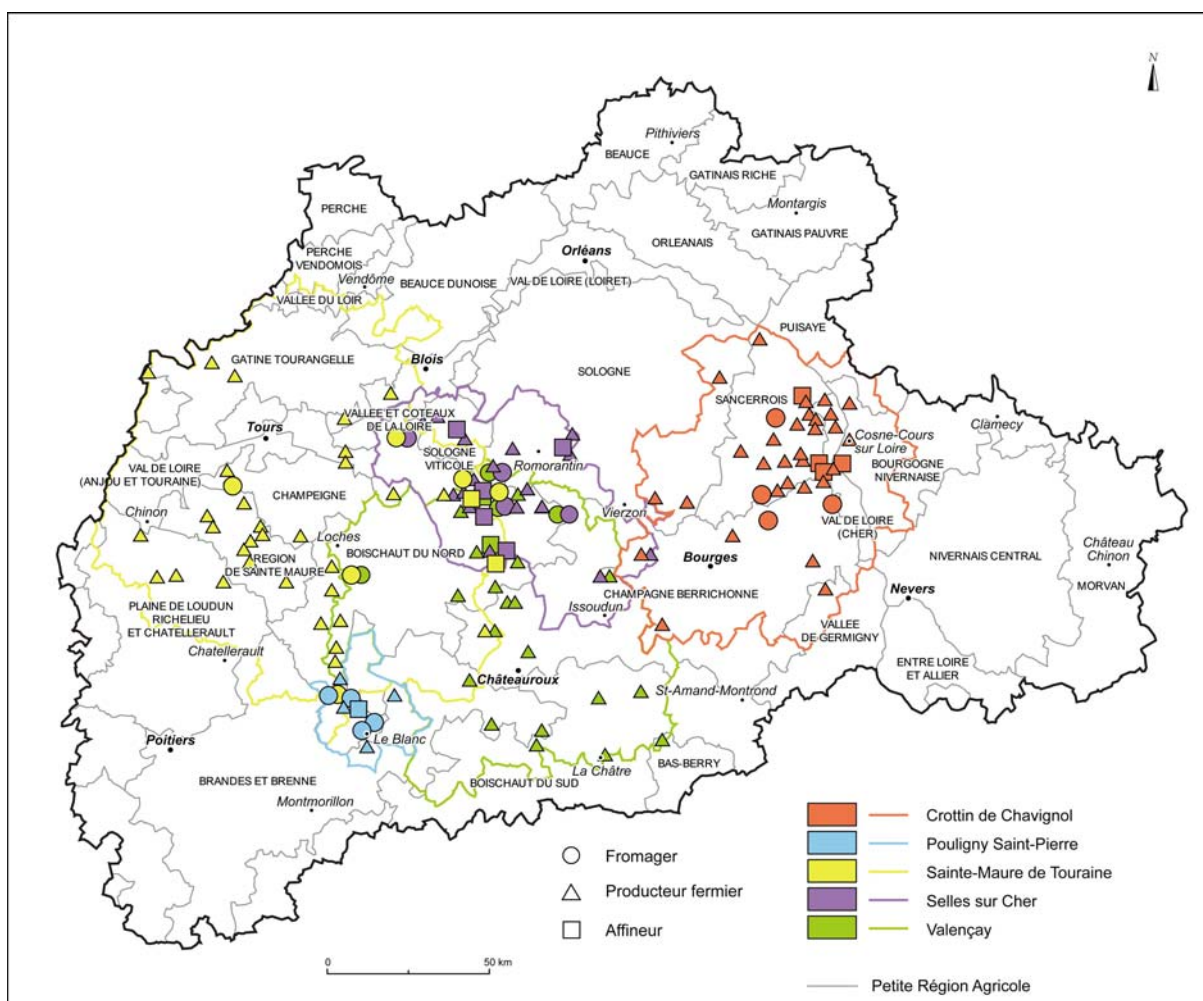
<sup>259</sup> A titre d'exemple, l'INRA de Nouzilly (près de Tours) s'intéresse relativement peu à la production caprine, excepté sur des problématiques spécifiques (comportement des animaux liés à la reproduction).

The map illustrates the distribution of agricultural exploitations across the Petite Région Agricole. The regions shown include PERCHE, BEAUCOISE, ORLEANAIS, SOLOGNE, NIVERNAIS CENTRAL, and MORVAN. Key locations marked include Orléans, Blois, Tours, Châteauroux, and Bourges. The legend indicates the number of exploitations per canton, with a scale from 1 to 47. The map also shows the Val de Loire (Loiret) and the Val de Loire (Cher). The scale bar indicates a distance of 50 km.

**Source : RGA (2000), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.**

Cette répartition est également visible dans l'analyse de la localisation des transformateurs (carte ci-dessous). Le "triangle d'or" évoqué plus haut apparaît très nettement (nord-est du Boischaut Nord, près de Romorantin), tant dans la concentration des unités que dans les appellations représentées (Sainte-Maure de Touraine, Selles sur Cher et Valençay). Les bassins correspondants aux AOC Crottin de Chavignol et Poulligny Saint-Pierre sont davantage distincts. Pour une meilleure lisibilité, l'annexe 7 reprend les cartes relatives à chaque appellation.

Carte 21 : les transformateurs du pôle AOC "Centre" en 2004

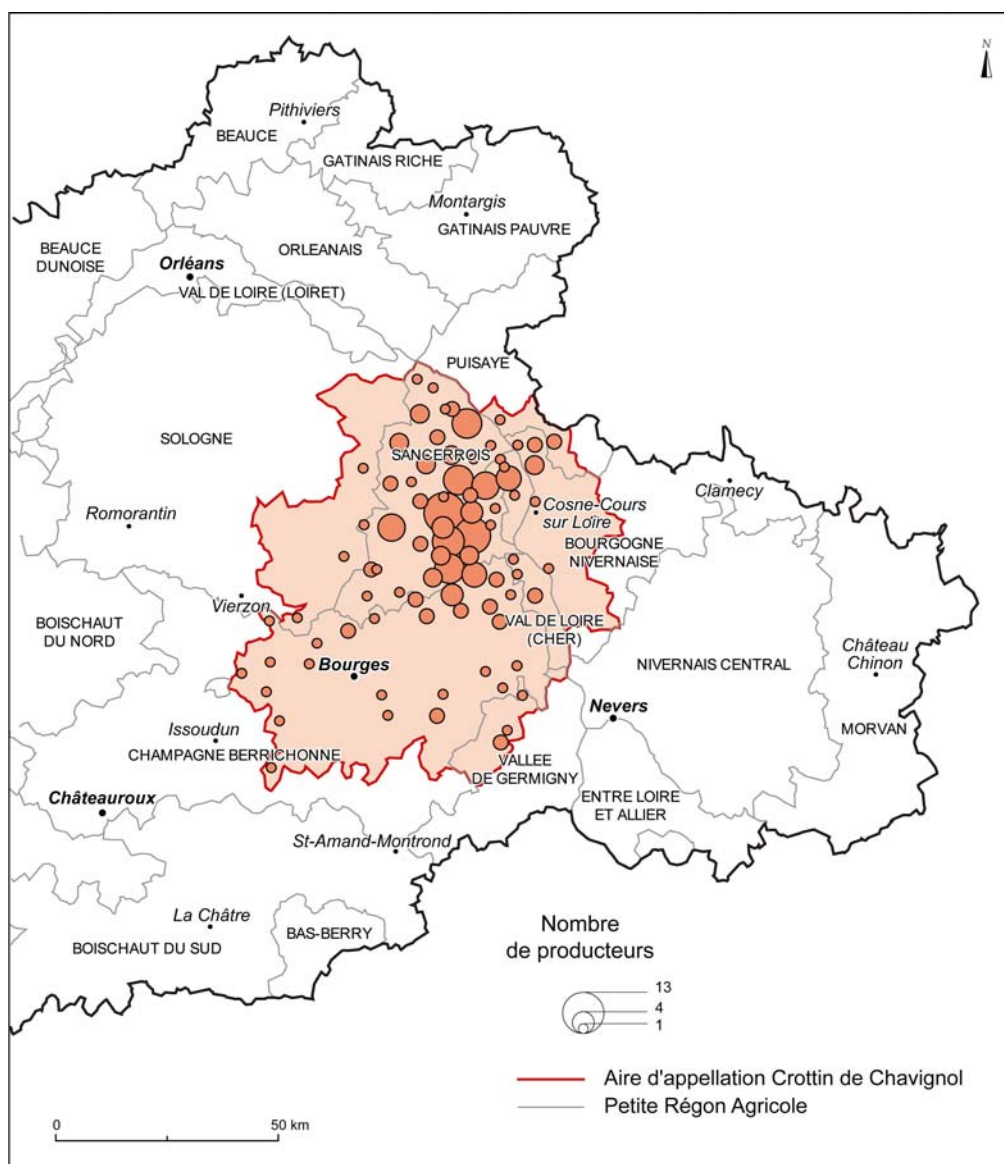


Source : Syndicats AOC (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

Dans le Cher, la production laitière est fortement liée à la fromagerie Triballat Rians, le principal intervenant de la filière AOC Crottin de Chavignol. Loin de constituer une entité uniforme, ce bassin apparaît comme extrêmement hétérogène. C'est globalement dans le Cher que l'on observe les plus fortes densités de producteurs (140 éleveurs en AOC, au moins autant hors de l'AOC, selon la CDA du Cher). Cette hétérogénéité s'explique par la présence encore importante de petites structures traditionnelles, héritées d'une époque antérieure : *"Il reste encore beaucoup de petits troupeaux gérés par des grands-mères, avec des chèvres à l'attache à la santé plus ou moins bonne. C'est une survivance du passé. Mais pour l'AOC, ce n'est pas très glorieux, ce n'est pas à mettre en avant. Dans les années à venir, tout ça devrait disparaître"*<sup>260</sup>. A l'inverse, le bassin AOC comporte des secteurs beaucoup plus dynamiques, situés hors du département du Cher. C'est par exemple le cas du sud du Loiret (sud Puisaye), qui sous l'impulsion de Triballat a connu un important développement dans les années 1980-90, fondé sur le recours à l'ensilage, déjà utilisé pour les vaches.

<sup>260</sup> Un technicien du syndicat du Crottin de Chavignol AOC.

**Carte 22 : les producteurs de lait de la filière AOC Crottin de Chavignol en 2004**



Source : Syndicat du Crottin de Chavignol (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

Malgré des exploitations performantes, les éleveurs de la filière AOC Crottin de Chavignol apparaissent moins sensibilisés à la technicité, que l'on peut observer à travers l'adhésion au contrôle laitier, beaucoup plus répandue en Indre-et-Loire : *"On a un contrôle laitier que je pense plus démocratique dans le Cher, et plus élitiste en Indre-et-Loire. C'est le premier département au contrôle laitier de la Région Centre. Au niveau de l'AOC, il doit avoir 70 % des effectifs contrôlés, c'est très impliqué. Dans le Cher, on doit plafonner à 50 %"*<sup>261</sup>. La proximité avec Poitou-Charentes est à l'origine de l'avance technique et de la plus forte spécialisation de l'Indre-et-Loire vis-à-vis des autres bassins du Centre : *"La création des organismes d'élevage caprins, c'est ici. Les bases techniques, c'est Tours. La revue "La Chèvre" a été créée ici, en 1968. Les premiers syndicats caprins ont été créés ici. Il y a une partie de la recherche caprine à l'INRA de Tours"*<sup>262</sup>. Entre ces deux bassins, les exploitations caprines de l'Indre et du Loir-et-Cher sont dans une situation intermédiaire.

<sup>261</sup> Un responsable de fromagerie en Région Centre.

<sup>262</sup> Un technicien de la CDA d'Indre-et-Loire.

L'analyse en termes de SPL est donc fortement imprégnée de ces caractéristiques techniques et économiques. Le Centre se présente comme un territoire éclaté en différents systèmes, partiellement orientés par des logiques propres, notamment pour ce qui est des ressources spécifiques. En grande partie dédiée aux AOC, la création récente du Centre Technique Fromager Caprin ne permet pas pour l'instant une unification des différentes dynamiques. L'examen rapide de trois des cinq AOC du Centre illustre cette situation.

## **2.2. La relative autonomie de la filière AOC Crottin de Chavignol**

Au milieu des années 1990, la volonté de mettre en place des actions de communication amène les responsables de la filière à instaurer des cotisations proportionnelles aux quantités produites, pour les transformateurs comme pour les producteurs de lait. Les moyens ainsi dégagés permettent la création en 1999 d'une structure annexe au syndicat – "Chavignol Développement" – ayant pour objet la promotion du Crottin de Chavignol et l'appui technique aux producteurs. Le syndicat bénéficie également d'un appui de la CDA du Cher, certains techniciens étant en effet salariés par le service élevage de la chambre, ce qui les amène d'ailleurs à intervenir également auprès des producteurs non-AOC du département. Du fait de sa trajectoire, le syndicat du Crottin de Chavignol est donc la plus importante des cinq structures AOC (budget, personnel). Sa taille lui confère une relative autonomie dans la gestion de la filière au quotidien. La qualité des produits et le suivi des évolutions des marches sont internalisés au niveau du syndicat. A titre de comparaison, les autres structures ne bénéficient que des services d'un seul technicien, généralement salarié par la chambre d'agriculture, y compris le Sainte-Maure de Touraine, malgré un tonnage équivalent au Crottin de Chavignol. Cette autonomie est renforcée par le fait que l'AOC est gérée par un centre INAO basé dans les mêmes locaux que le syndicat<sup>263</sup>, les quatre autres appellations fromagères étant prises en charge par le centre INAO de Tours.

A l'image du contexte bas-normand, la présence de Triballat Rians induit également une dynamique individuelle au niveau technique. La fromagerie dispose en effet d'un laboratoire constitué d'une vingtaine de personnes. Ce laboratoire prend en charge les analyses concernant la matière première (vache et chèvre) et les produits finis : *"C'est notre stratégie, on essaie de faire le moins possible d'analyse en prestation de services"*<sup>264</sup>.

## **2.3. Le bassin du Sainte-Maure de Touraine comme prolongement de Poitou-Charentes**

La proximité entre la zone AOC Sainte-Maure de Touraine et la Région Poitou-Charentes ne renvoie pas qu'à des caractéristiques technico-économiques, elle prend également la forme d'une affinité culturelle et professionnelle : *"L'Indre-et-Loire, ce sont en général des producteurs plus réceptifs au changement. Ce sont des élevages à cheptel plus élevés. On pourrait dire que la zone est plus professionnalisée. Il y a eu un bassin très important sur la zone de Sainte-Maure. Plus on se rapproche du Poitou, plus c'est marqué. C'est aussi pour ça que le Sainte-Maure de Touraine est plus penché vers le Poitou-Charentes que vers la Région Centre, culturellement"*. La partie de l'aire AOC Sainte-Maure de Touraine localisée en Poitou-Charentes (Vienne) se caractérise d'ailleurs par une production caprine différente : *"Si ailleurs, il faut pousser, dans la Vienne, c'est le contraire. Il faut qu'on*

<sup>263</sup> Ce centre INAO gère également les vins du Centre (dont l'appellation Sancerre).

<sup>264</sup> Un responsable de la laiterie Triballat Rians.

*les freine, parce qu'ils voudraient faire plus de lait. Ils ont du mal à être dans la dynamique AOC. Parce que Poitou-Charentes, c'est totalement différent : produire, produire sans contrainte. Le cahier des charges, c'est là où ça rue le plus dans les brancards. Des troupeaux de plus de 200 chèvres, c'est difficile. Un hectare de surface fourragère pour dix chèvres, si vous avez 200 chèvres, ça veut dire qu'il faut se payer vingt hectares de prairies, et comme on interdit le hors-sol"*<sup>265</sup>. A noter que pour l'instant, le lait collecté dans cette zone n'est pas destiné à une transformation en AOC. La filière bénéficie quoi qu'il en soit d'un environnement propice à l'amélioration de la technicité des élevages : *"C'est une ambiance d'élevage, des techniciens, des marchands d'animaux, des coopératives. Il y a beaucoup de chèvres, il y a l'INRA aussi qui a fait des recherches sur la chèvre chez les éleveurs, ça a fait beaucoup d'échanges, ce sont eux qui ont commencé l'insémination en chèvre"*<sup>266</sup>.

Le département d'Indre-et-Loire est donc un bassin situé en périphérie du plus important pôle caprin français. Ce pôle est constitué d'un ensemble d'organismes techniques caractérisé par un rayonnement national. Caprigène (génétique), le Lycée Agricole de Melle (formations en élevage caprin), l'ITPLC (Institut Technique de la Production de Lait de Chèvre) et l'ENIL de Surgères en sont les principales composantes. Outre les travaux de recherche effectués au sein de la chambre régionale et de l'INRA, toutes deux localisées sur le même site, ce pôle réalise également du transfert de savoir-faire à l'international : *"On peut dire qu'on crée les concurrents de demain, mais on s'est rendu compte que si ce n'était pas nous qui le faisons, d'autres pays étaient déjà sur les rangs pour le faire. Tout cet éventail permet de répondre de manière vraiment complète aux demandes des pays étrangers, en respectant les objectifs : races locales, produits adaptés à la demande locale. Il y a eu des prospections en Argentine, au Moyen-Orient, il y a un projet au Maroc"*<sup>267</sup>. Par l'intermédiaire de ce système productif, la Région Poitou-Charentes s'affirme donc comme une (la ?) référence technique mondiale en matière d'élevage caprin. La dernière avancée réside dans la création d'un outil de communication – "Cabrilia" – sensé constituer la vitrine des savoir-faire caprins de la région. Situé à Linazay (sud de la Vienne), cet outil comprend la visite d'une chèvrerie, ainsi que des ateliers permettant la découverte sensorielle des produits. Un projet de fromagerie est à l'étude : *"L'idée, c'est aussi de réduire le décalage entre les perceptions et la réalité, montrer que la chèvre, c'est moderne. Le site est vendu aux tour operators comme un parc à thème à part entière"*<sup>268</sup>. L'ampleur de la production caprine dans la Région Poitou-Charentes permet la production de ressources spécifiques (compétences, image) porteuses de développement. Les AOC inscrites dans cet environnement (Sainte-Maure de Touraine, Chabichou du Poitou<sup>269</sup>) participent peu à cette dynamique, mais profitent de ces ressources – notamment techniques – pour assurer leur propre pérennité.

Malgré tout, la situation périphérique de l'Indre-et-Loire vis-à-vis de ce système productif n'empêche pas l'émergence de dynamiques propres. Ainsi, dans une perspective de défense de l'élevage vis-à-vis du développement des grandes cultures, l'AOC Sainte-Maure de Touraine a participé à la création du "Pôle Elevage Qualité Touraine", dont le but est d'aider au développement des produits de qualité du département, par des opérations de promotion et

<sup>265</sup> Un technicien du Comité Interprofessionnel Sainte-Maure de Touraine.

<sup>266</sup> Un producteur de lait de chèvre en Indre-et-Loire.

<sup>267</sup> Une technicienne de la Chambre Régionale d'Agriculture de Poitou-Charentes.

<sup>268</sup> Une technicienne de la Chambre Régionale d'Agriculture de Poitou-Charentes. A noter que cette structure a finalement fermé ses portes en février 2005.

<sup>269</sup> Notons également l'existence de deux demandes d'appellation : Chèvre Boîte du Poitou et Mothais sur Feuille.

d'appui technique via l'Etablissement Départemental de l'Elevage (EDE)<sup>270</sup>. Bien que beaucoup plus modeste, l'exemple du département de l'Indre, et plus particulièrement de la zone AOC Pouligny, met à l'inverse en évidence un processus de spécification de ressources fondé sur la présence de produits d'appellation.

#### 2.4. Le Pouligny Saint-Pierre entre isolement et reconnaissance

Composée de seulement 22 communes, la zone Pouligny apparaît comme la plus petite des cinq zones AOC de la Région Centre, et accessoirement des 45 aires d'appellation laitières françaises. En termes de formation, le syndicat entretient des relations privilégiées avec le lycée agricole de Châteauroux et plus particulièrement avec l'antenne du Blanc – au cœur de l'aire d'appellation – où se trouve une ferme expérimentale : la Ferme des Ages. Dès les années 1970, il existait en plein cœur du village une structure de formation de type "foyer de progrès agricole". Face aux difficultés de recrutement, les responsables et les élus locaux décident de s'orienter vers la formation pour adulte, en faisant l'acquisition de quelques hectares à proximité. Les chèvres font leur apparition en 1981, et sous l'impulsion du syndicat caprin local – devenu syndicat AOC en 1972 – une fromagerie est construite en 1987. Les locaux du centre-ville sont déménagés vers ce site en 1999, et laissent la place à une série d'organismes professionnels (conseil technique, MSA, syndicat AOC, centre de gestion) : *"Ça fait que la commune du Blanc est devenue une "mini-chambre d'agriculture" à part entière"*<sup>271</sup>. La Ferme des Ages se caractérise aujourd'hui par une forte coloration caprine dans ses activités. Les formations dispensées comprennent notamment un Certificat de Spécialisation (CS) caprin, destiné aux personnes désireuses de s'installer en production caprine (laitière ou fermière). A l'échelle du département de l'Indre, la ferme apparaît comme un point de passage souvent incontournable pour les producteurs<sup>272</sup>. En dépit d'une concurrence importante (techniciens caprins de la CDA de l'Indre, formations ponctuelles), la spécificité des Ages réside dans ses locaux, qui permettant une application directe des enseignements (aussi bien sur l'animal que sur les produits).

La présence de l'AOC Pouligny Saint-Pierre imprègne fortement les formations, notamment au niveau de l'alimentation des animaux : *"Il y a quelques années, je faisais des rations à base d'ensilage de maïs et d'herbe. Maintenant, c'est pratiquement exclu. On parle des AOC dans le cadre du produit, les fiches technologiques, les produits interdits. Et aussi les profils sensoriels. J'ai un cours sur la dégustation, et je m'appuie sur la caractérisation des produits AOC"*<sup>273</sup>. Les relations avec les autres AOC de la Région sont en revanche beaucoup plus ténues, principalement à cause d'un manque de moyens et d'un déficit de communication, rendue d'autant plus difficile que la ferme est excentrée par rapport à la Région : *"Aujourd'hui, même si on a tout sur place, les locaux administratifs, le support troupeau / fromagerie / terres, on se retrouve un peu isolés. Et en plus, on n'a pas trop de financement pour la communication. En formation, si on veut accueillir de nouveaux groupes, il faut toujours investir un peu. On ne peut pas attendre le client là où on est placé. Il faut qu'on aille se faire connaître, dire qu'on peut apporter des choses. On en est là aujourd'hui"*.

---

<sup>270</sup> Les autres produits impliqués dans la démarche sont les labels rouges géline, poulet fermier de Touraine, agneau et porc de Touraine.

<sup>271</sup> Un technicien du syndicat des producteurs de fromages de Pouligny Saint-Pierre.

<sup>272</sup> Les chiffres fournis par la ferme montrent que 80 % des éleveurs du département sont passés par Les Ages.

<sup>273</sup> Un responsable de la Ferme des Ages.







Les trajectoires suivies par les différents systèmes productifs nous amènent à nuancer l'idée d'une logique de construction de ressources spécifiques aux AOC de la Région Centre. Les volontés de mise en commun de moyens existent cependant. La création récente du Centre Technique Fromager Caprin s'inscrit dans cette perspective mais souffre d'un certain nombre de handicaps liés aux dynamiques divergentes qui caractérisent la Région.

## **2.5. La mise en cohérence de ressources au sein du Centre Technique Fromager Caprin (CTFC) : une logique de spécification dans un contexte conflictuel**

En 1998, cinq chambres d'agriculture (Cher, Loir-et-Cher, Indre, Nièvre et Loiret) décident de mettre en place un service technique commun spécifiquement dédié aux producteurs caprins fermiers, les producteurs de lait bénéficiant déjà de l'encadrement des entreprises laitières (Triballat Rians, Eurial Poitouaine). La première mission du Centre Technique Fromager Caprin a donc été de mettre en réseau les différents techniciens, dans une perspective d'acquisition de références techniques (fabrication, conduite du troupeau). Cette démarche est rendue possible par le fait que les technologies fromagères des fromages du Centre sont très voisines les unes des autres (laitensemencé en ferments lactiques, puis coagulé avec de la présure). La présence d'un certain nombre d'affineurs, permettant de réaliser des expérimentations, amène les responsables à installer le centre dans les locaux du syndicat du Crottin de Chavignol, à Sancerre. La construction de références techniques se fonde dans un premier temps sur l'élaboration d'un questionnaire dispensé à cinq producteurs fermiers de chaque appellation, afin d'alimenter une base de données rendant compte des pratiques des individus. Un second travail concerne la mise en place d'une banque de lactosérums destinés à la fabrication, avec à terme la volonté de cultiver des ferments fermiers spécifiques à chaque fromage. A noter qu'aujourd'hui, la connaissance et la maîtrise de ces ferments naturels (que l'on qualifie parfois de "sauvages") sont des enjeux particulièrement centraux pour les AOC du point de vue de leur typicité. Il s'agit de sortir de la dépendance du commerce de ferments industriels polyvalents<sup>274</sup>. Le recensement et la sauvegarde de ce patrimoine est un travail lourd et coûteux nécessitant d'importants investissements : *"Le problème, c'est que maintenant, vous trouvez les mêmes ferments dans pleins de fromages AOC, le Reblochon, le Munster, le Saint-Nectaire. La typicité passe aussi par les écosystèmes, pas que par les races de vaches ou l'alimentation"*<sup>275</sup>. Enfin, dans l'optique de la révision des cahiers des charges, une série de recherches est en cours sur le lien entre l'alimentation des animaux et la qualité organoleptique des produits. Les premiers résultats mettant en évidence les éventuels avantages de l'herbe en vert doivent être approfondis.

Au fil des années, l'évolution des missions du CTFC s'est traduite par une participation accrue à des programmes de recherche nationaux et européens, ce qui a nécessité l'embauche de personnel supplémentaire. Le CTFC s'affirme donc progressivement comme un acteur technique à part entière dans le paysage caprin français. Toutefois, cette reconnaissance n'apparaît pas si évidente en Région Centre, essentiellement à cause des conflits qui ont accompagné sa création et sa localisation. En effet, dès le départ, la CDA d'Indre-et-Loire (et par-là même le syndicat du Sainte-Maure de Touraine) décide de ne pas adhérer au CTFC. Les raisons qui motivent cette décision sont d'ordre technique (nous avons vu que le Sainte-Maure de Touraine était plus proche de Poitou-Charentes) mais également géographique, étant donné la grande taille de la Région. Les distances à couvrir entre les différents syndicats

---

<sup>274</sup> Voir le n°651 de la Revue Laitière Française : *Sauvegarder la biodiversité en micro-organismes* (2005).

<sup>275</sup> Un responsable de syndicat AOC.

apparaissent importantes<sup>276</sup>. La localisation du CTFC à l'extrême est de la région tient d'abord à la volonté du Conseil Général du Cher de conserver cette structure dans le département : *"On a essayé de trouver un consensus sur un lieu géographique différent (la Maison de Pays de Vierzon). Malheureusement, s'il sort du département, le Conseil Général du Cher qui nous a donné une aide précieuse nous sucre l'aide"*<sup>277</sup>. Seuls les élus du Cher semblent aujourd'hui disposés à investir de manière significative dans une telle structure. Les responsables de la filière justifient également leur choix par la vocation fermière de la structure : *"C'est un centre réservé aux fermiers, et nous, on est une interprofession. Ça nous choquait. On est toujours pointés du doigt parce qu'on ne participe pas. On voulait vraiment le rôle de l'interprofession, même si ce n'est pas reconnu légalement. Ce département, jusque dans les années 1975, a trop souffert des divisions syndicales. C'est pour ça qu'on a une attitude qui peut paraître bizarre par rapport aux enjeux des autres départements. Mais on ne veut pas rallumer les divisions. C'est pour ça que l'alternative fermier / laitier, on ne veut pas y rentrer"*<sup>278</sup>.

Plus largement, la "rivalité" qui caractérise les deux plus importants syndicats (Crottin de Chavignol et Sainte-Maure de Touraine) est un élément d'analyse important dans la compréhension des rapports de force à l'œuvre : *"Le Crottin de Chavignol est le fromage à la plus forte notoriété, et il entend conserver cette place. En face, j'ai l'impression que le Sainte-Maure de Touraine s'est fixé comme objectif de dépasser le Crottin en tonnage. Il y a toujours cette rivalité entre les deux"*<sup>279</sup>. La dimension identitaire joue également un rôle déterminant. L'Indre-et-Loire, correspondant approximativement à l'ancienne province de la Touraine, se distingue de ce point de vue très nettement du Cher, qui avec l'Indre forme le Berry. Cette rivalité est renforcée par la concurrence entre les deux principaux metteurs en marché (Triballat Rians, groupe privé, et Eurial Poitouaine, groupe coopératif). Parfois, la nature concurrentielle des relations se généralise à l'échelle de la Région Centre. L'implantation de la structure qui allait devenir la Ferme des Ages témoigne de ce contexte : *"On était deux sur le projet, mais j'ai eu la chance d'avoir un directeur de lycée agricole à Châteauroux qui était convaincu de l'importance de l'AOC et qui a mis le paquet sur la ferme pour défendre le dossier à la Région face au département du Cher"*<sup>280</sup>. Les entretiens réalisés font malgré tout état d'un certain rapprochement dans la période récente : *"A l'époque, les acteurs de la chambre d'agriculture de l'Indre-et-Loire et de l'AOC Sainte-Maure étaient les mêmes. Ça me semble un peu plus dissocié aujourd'hui. Il y a des partenariats qui se renforcent en Région Centre, sans renier les liens avec Poitou-Charentes"*<sup>281</sup>.

Ainsi, malgré des tentatives de mise en cohérence, les dynamiques à l'œuvre au sein des différents bassins de production sont aujourd'hui encore fortement hétérogènes, et le plus souvent divergentes. La Région se présente aujourd'hui comme un ensemble de sous-systèmes indépendants, et parfois même concurrents. Les trajectoires divergentes suivies par les différents bassins expliquent ce relatif éclatement. Il nous semble également que l'histoire même de la Région est un obstacle à un travail commun accru, dans la mesure où l'entité administrative du Centre n'est qu'un assemblage de régions marquées par une forte identité, qu'elle soit à dominante naturelle (Brenne, Sologne) ou culturelle (Berry, Touraine). L'analyse qui vient d'être réalisée ici repose quoi qu'il en soit la question de la dénomination de "pôle AOC" pour la Région Centre d'un point de vue productif. L'évolution récente met cependant

<sup>276</sup> Environ 1h30 par la route entre Tours et Surgères (Charente-Maritime), deux heures entre Tours et Sancerre.

<sup>277</sup> Un producteur fermier de Crottin de Chavignol AOC.

<sup>278</sup> Un responsable du Comité Interprofessionnel Sainte-Maure de Touraine.

<sup>279</sup> Un producteur de lait en Région Centre.

<sup>280</sup> Un responsable syndicat des producteurs de fromages de Poulligny Saint-Pierre.

<sup>281</sup> Un responsable de fromagerie en Région Centre.

en évidence les signes d'une certaine unification des stratégies de production de ressources liées à l'AOC, à travers le CTFC. Même si le Sainte-Maure de Touraine n'adhère pas (encore ?) à cette structure, il s'agit d'un nouveau pas vers une démarche d'ensemble liant la dimension technique à une dimension territoriale plus large (des actions de promotion fondées sur cette échelle existent déjà). Le chapitre suivant nous permettra d'approfondir cette question, et de réfléchir à la pertinence de cette échelle dans la gestion des cinq appellations.

### **3. La spécification extrême du système Roquefort : des questions fortes pour la construction de ressources et le développement territorial**

Issu d'une trajectoire longue et extrêmement riche, le bassin de production correspondant à la filière Roquefort a montré à travers différentes études qu'il était un terrain tout à fait propice à une analyse des liens complexes qui existent entre une activité économique et un espace productif<sup>282</sup>. La dimension technique du modèle insufflé par la Confédération a elle aussi fait l'objet de nombreux travaux<sup>283</sup>. Nous ne reviendrons pas ici sur la construction institutionnelle et professionnelle du système Roquefort. Nous nous attacherons seulement à caractériser du mieux possible le bassin roquefortais et ses particularités dans sa configuration actuelle, en mobilisant, lorsque ce sera nécessaire, des éléments renvoyant à sa trajectoire passée. Nous essaierons en outre de préciser la place de l'AOC dans la dynamique d'ensemble de construction de ressources, avant de nous interroger sur les perspectives à venir en termes de développement territorial.

#### **3.1. La production laitière à Roquefort, densité du bassin et du tissu productif**

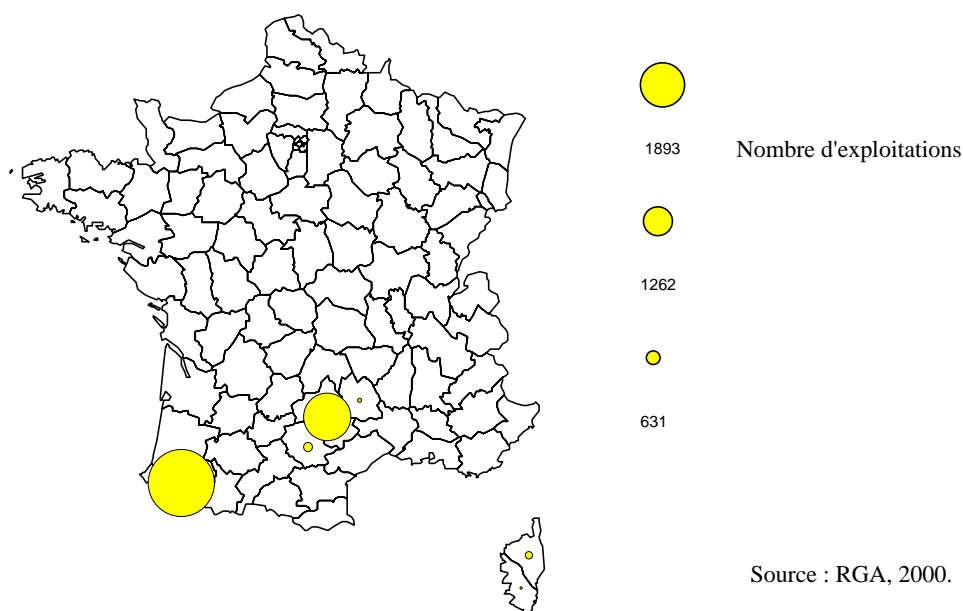
En France, les 6 000 exploitations ovines laitières se répartissent majoritairement autour de trois bassins, les Pyrénées-Atlantiques, la Corse et le Rayon de Roquefort, qui cumulent à eux trois plus de 93 % des exploitations et près de 97 % des effectifs. Cette activité semble être l'apanage des régions dites "difficiles", où les alternatives se font rares.

---

<sup>282</sup> Sur ce thème, le lecteur est invité à consulter en bibliographie les références concernant les travaux de L. Rieutort. Voir également le chapitre écrit par L. Barthe, in J. Bonniol, A. Saussol (dir.), (1995), *Grands Causses, nouveaux enjeux, nouveaux regards*.

<sup>283</sup> On conseille d'une part la lecture du chapitre co-écrit par J.-C. Flamant et F. Labouesse, dans J. Brossier, E. Valceschini (1991), et d'autre part J.-C. Flamant (1983).

**Carte 24 : les exploitations laitières ovines françaises**



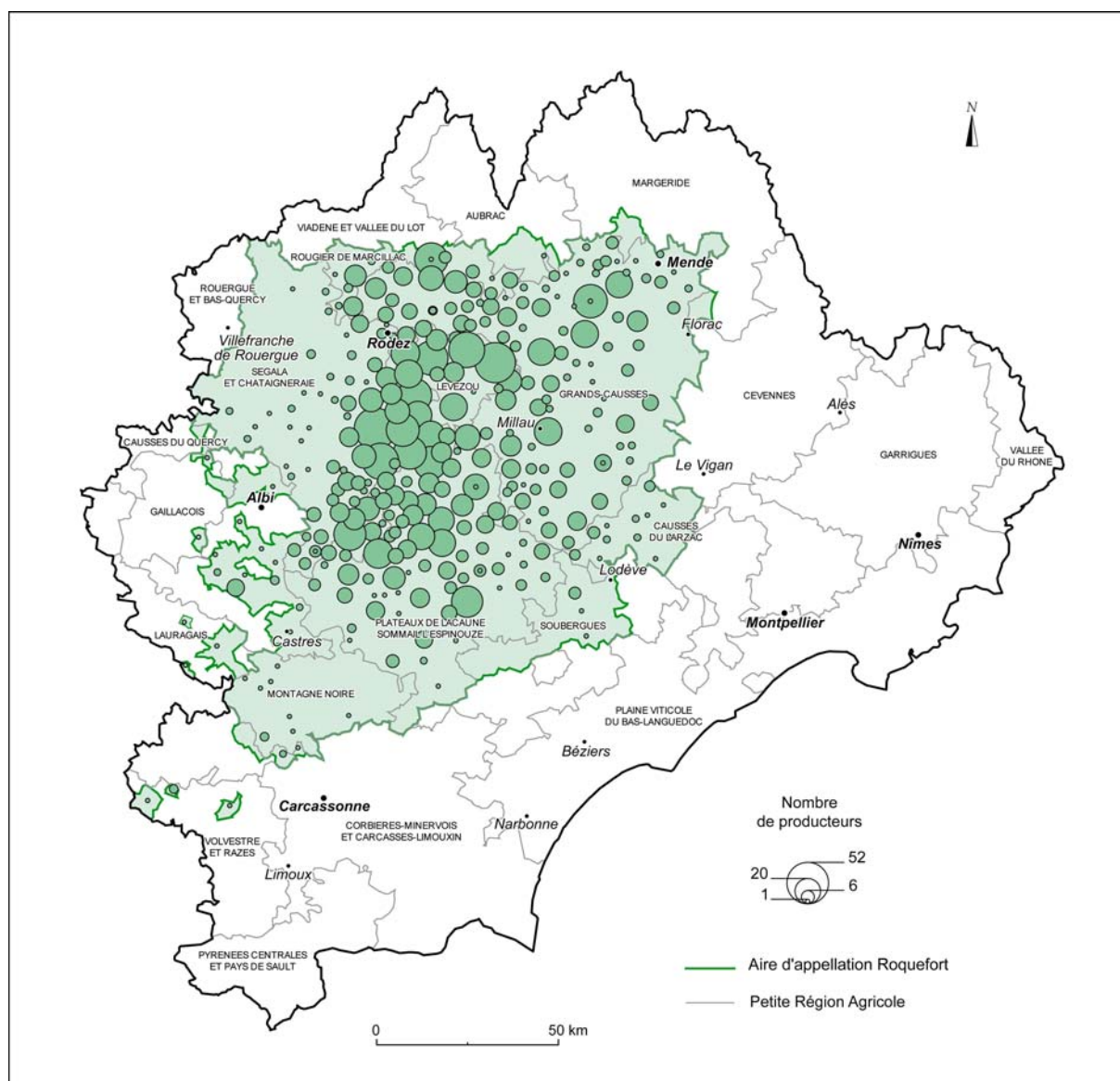
**Tableau 18 : les bassins ovins laitiers français en 2004**

	Nombre de brebis	Volumes de lait (en litres)	Nombre de producteurs
<b>Rayon de Roquefort</b>	800 000	180 millions	2 315
<b>Pyrénées-Atlantiques</b>	450 000	50 millions	2 000
<b>Corse</b>	120 000	10 millions	500

Source : Comité National de la Brebis Laitière, 2004.

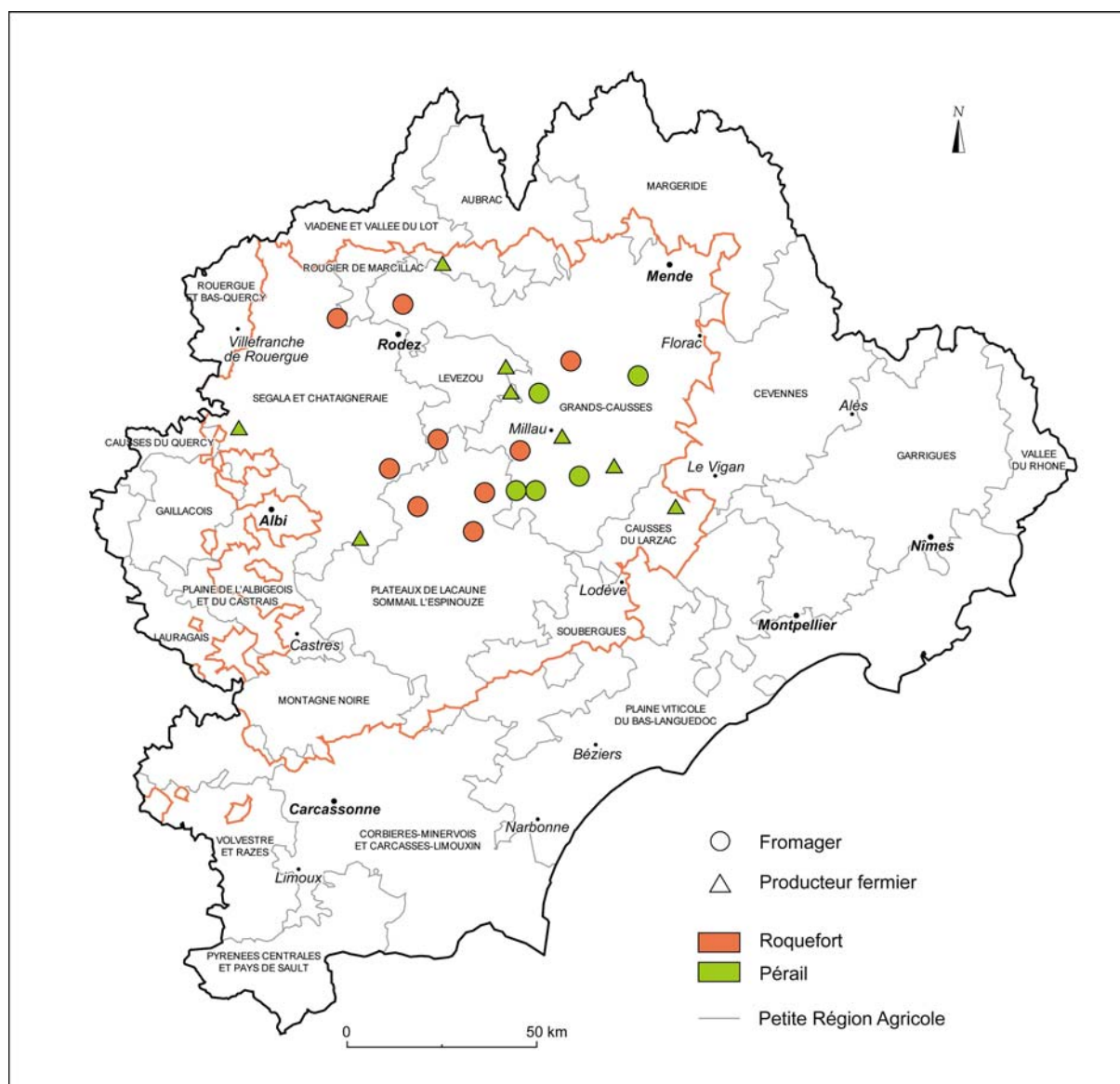
Le tableau ci-dessus montre la prédominance du Rayon de Roquefort en termes de litrages comme de nombre d'animaux. A l'échelle européenne, le Rayon apparaît comme un bassin moyen, face à des pays comme la Grèce ou l'Italie, qui produit par exemple 600 millions de litres. Au sein même du Rayon, la répartition des producteurs est loin d'être homogène. Le Ségala et le Lévezou (Tarn et Aveyron) sont surreprésentés, au détriment des Grands Causses. L'Aveyron fournit l'essentiel des éleveurs (70 %), loin devant le Tarn (17 %). Des densités laitières très fortes apparaissent localement : le canton de Réquista compte ainsi presque deux fois plus d'exploitations que le Gard, l'Hérault et l'Aude réunis (204 contre 116). La production ovine peut parfois également être dominante sur certains cantons. Les 45 exploitations avec des brebis que compte le canton du Massegros (Lozère) représentent plus des deux tiers des exploitations totales, pour Saint-Rome de Tarn et Belmont, les chiffres sont de 58,2 et 56 %. La carte des transformateurs est proche de celle des producteurs.

**Carte 25 : les producteurs de lait de brebis dans le Rayon de Roquefort en 2004**



Source : Confédération de Roquefort (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

Carte 26 : les transformateurs du pôle AOC "Sud-Aveyron" en 2004



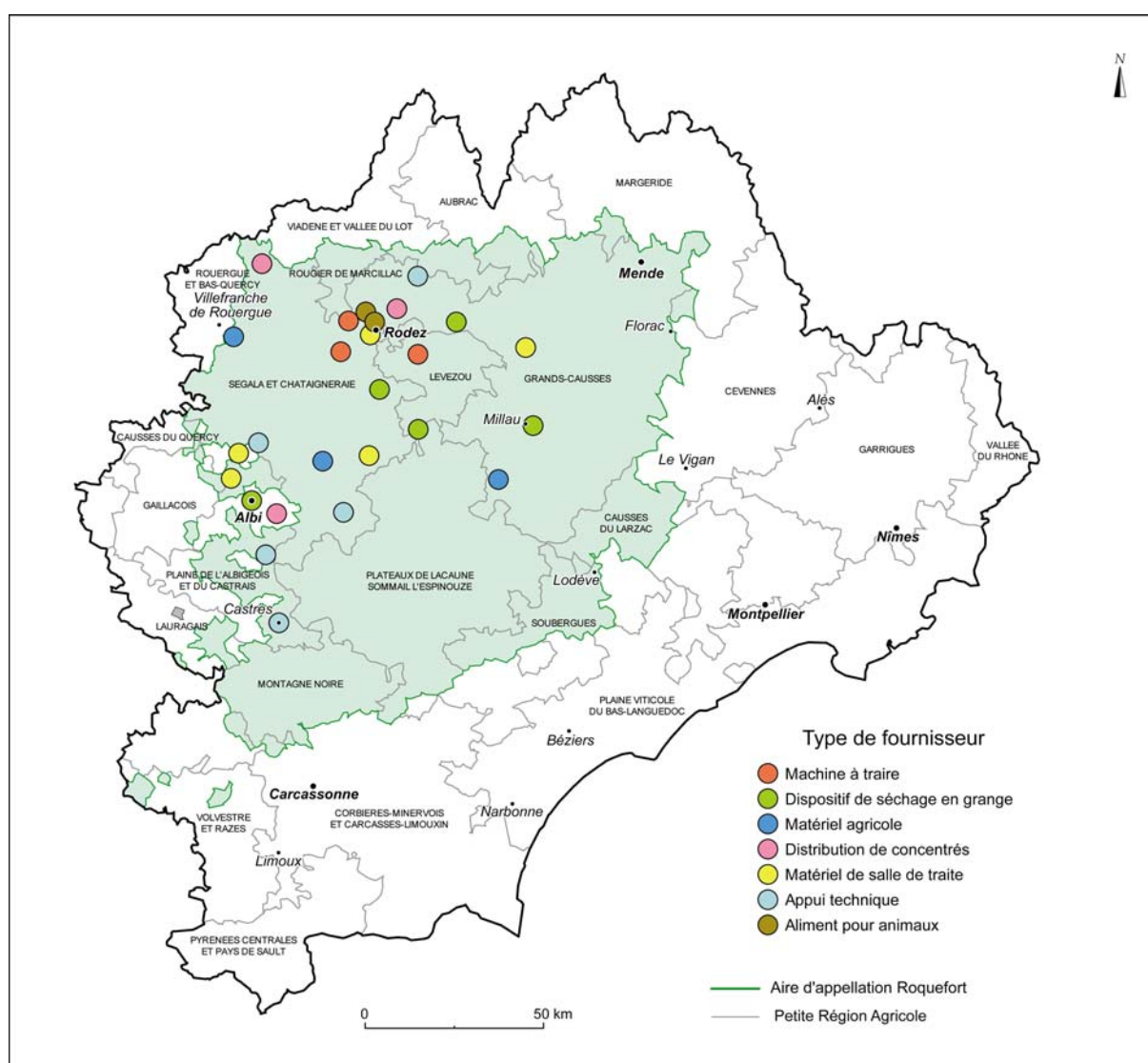
Source : Confédération de Roquefort (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

Cette densité laitière induit un important tissu de fournisseurs, permettant le fonctionnement de l'activité agricole (carte ci-dessous). S'il est difficile à quantifier, ce tissu est quoi qu'il en soit perçu comme tel par les producteurs : *"Pour les aliments par exemple, on a le choix, il y a Unicor, RAGT, Sanders. C'est bien quadrillé, on ne manque pas de marchandises"*<sup>284</sup>. Ce tissu est en adéquation avec la répartition des producteurs, avec une prégnance du Ségala et du Lévezou.

<sup>284</sup> Un producteur de lait de brebis du Rayon de Roquefort.



**Carte 27 : les fournisseurs d'éleveurs de brebis dans le pôle Sud-Aveyron**



Source : FRSEB (2005), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

L'acheminement du lait s'inscrit dans une logique similaire. Société des Caves ne possède par de service de transport spécifique, et travaille uniquement par contrat avec des prestataires indépendants. L'entreprise traite aujourd'hui avec une cinquantaine de transporteurs locaux, qui vont du particulier possédant sa carte de transport aux entreprises professionnelles de plusieurs véhicules. Cette caractéristique est spécifique à la région, dans la mesure où ailleurs, le groupe Lactalis fonctionne avec sa propre flotte (Basse-Normandie, Savoie). Les raisons de cette situation sont historiques, mais renvoient également à des contraintes techniques : *"Quand on constitue une zone de collecte, il est préférable de trouver un ramasseur qui soit positionné géographiquement dans cette zone ou le plus près possible de cette zone. Ce n'est pas une obligation absolue, mais si ce n'est pas le cas, ça devient vite un sujet de difficultés"*<sup>285</sup>. Depuis l'arrivée de Lactalis, le choix d'internaliser cette fonction est en constante réflexion, le système actuel peut donc être remis en cause à tout moment.

L'ampleur et la spécificité de l'activité induisent une spécialisation de l'outil de formation. Le Lycée Agricole de la Cazotte (Saint-Affrique), est né dans les années 1970 du

<sup>285</sup> Un responsable de Société des Caves.

besoin des professionnels de la région de pouvoir disposer d'un outil adapté au contexte local. Le lycée est le principal "fournisseur" d'éleveurs de la filière : *"Le lycée agricole forme tous les professionnels de la filière au niveau agricole. C'est le centre de formation de la filière Roquefort. Ça existe depuis une trentaine d'années, et maintenant on voit apparaître les fils des éleveurs qui sont passés au lycée, la seconde génération. A 95 %, les jeunes qui passent par le lycée agricole en ovin lait, ce sont les jeunes qui vont reprendre l'exploitation des parents. Ils viennent du Sud-Aveyron, un peu élargi aux départements environnants, mais toujours d'une zone délimitée au Rayon de Roquefort"*<sup>286</sup>. Outre les formations classiques (BPREA<sup>287</sup>), le lycée a mis en place un Certificat de Spécialisation (CS) "Technicien Conseil en Production Laitière Ovine", permettant de devenir technicien en laiterie et d'intégrer alors les services de la Confédération de Roquefort ou l'une des entreprises. Ce CS résulte d'une coopération étroite entre acteurs de la formation et professionnels :

- *"En termes de formation, on est très satisfait, surtout de ceux qui sont techniciens supérieurs et qui ont fait CS. C'est une formation un peu particulière, et ils arrivent déjà avec un peu plus de connaissances. C'est plus axé sur la production laitière. Ces gens là, on en est très satisfait"*<sup>288</sup>.
- *"Quand on recrute, on regarde en premier lieu s'ils ont le BTS, et ce que j'apprécie bien, c'est qu'au-delà de ça, ils aient fait un certificat de spécialisation en ovin lait, puisqu'il y a cette qualification complémentaire à Saint-Affrique"*<sup>289</sup>.

A titre de conclusion, il est intéressant de noter que ce tissu productif roquefortais est mobilisé par les collectivités territoriales comme un outil de développement propice à l'attractivité du territoire. Le Conseil Général de l'Aveyron fait par exemple apparaître le département comme le "Pôle agroalimentaire du Grand Sud", à travers trois grands ensembles : l'ouest (salaisonneries, boulangerie industrielle et plats cuisinés), le centre (industrie laitière et fromagère bovine, transformation de la viande, semences) et le sud (industrie laitière et fromagère ovine). Les atouts mis en avant sont l'environnement dynamique (formation, R&D) et la dimension qualité, à travers les signes officiels)<sup>290</sup>.

### 3.2. Une avance technique décisive

La spécificité du bassin roquefortais n'est pas à uniquement liée à sa densité, mais aussi et surtout à son encadrement technique et son avance incontestable dans ce domaine vis-à-vis des autres bassins ovins, qu'ils soient français ou européens. Cette avance est d'abord imputable à la mise en place précoce (années 1960) du "modèle technique" évoqué plus haut, fondé sur quelques grands principes (mécanisation de la traite, rationalisation de l'alimentation, sélection génétique), et destiné à approvisionner les industries roquefortaises, en manque de lait à cette époque. Plusieurs indicateurs permettent de rendre compte de cette situation. La professionnalisation des exploitations du Rayon de Roquefort est extrême

<sup>286</sup> Un responsable du Lycée Agricole de la Cazotte.

<sup>287</sup> Brevet Professionnel de Responsable d'Exploitation Agricole. Notons que le lycée s'inscrit dans un tissu de formation agricole relativement fourni à l'échelle départementale : Lycée Agricole de La Roque (Rodez, ovin viande, bovin lait et viande), Beauregard (Villefranche de Rouergue, agroalimentaire), lycée agricole privé de Rignac (horticulture).

<sup>288</sup> Un responsable du service élevage de la Confédération de Roquefort.

<sup>289</sup> Un responsable de laiterie de la filière Roquefort.

<sup>290</sup> Plaquette éditée par le Comité d'Expansion Economique de l'Aveyron : "Aveyron, Pôle agroalimentaire du Grand Sud".



(98,9 %), même si elle reste importante dans les deux autres bassins (94,9 % dans les Pyrénées-Atlantiques et 88,1 % en Corse). Les différences sont plus marquées pour le contrôle laitier. Selon le CNBL, près de 80 % des élevages du Rayon faisaient l'objet d'un suivi en 2001, ce qui correspondait à plus de 95 % des effectifs. Les Pyrénées-Atlantiques atteignaient à peine 25 %, la Corse moins de 15 % (3 % à peine pour la Grèce). Il en va de même pour les performances laitières : une brebis Lacaune du Rayon de Roquefort produisait en 2001 aux alentours de 223 litres par an, contre seulement 93 litres dans les Pyrénées-Atlantiques, où trois races cohabitent (Basco-Béarnaise, Manech Tête Noire et Manech Tête Rousse). Cette caractéristique est très souvent ressentie par les acteurs de la filière comme un motif de fierté : *"Ici, on est à la pointe, c'est un bassin où le suivi est maximum. Si la filière décide quelque chose, c'est immédiatement exécuté. La limitation de la production, ça a été comme ça"*<sup>291</sup>, ou du moins comme un facteur de pérennité de la production : *"Ce qui fait notre spécificité, c'est l'antériorité des pratiques, notamment au point de vue sanitaire. Cette avance, c'est peut-être ce qui nous sauve, et qui peut être un exemple pour d'autres"*<sup>292</sup>.

Les acteurs principaux de cette "révolution silencieuse roquefortaise" sont d'une part la Confédération de Roquefort, et d'autre part les entreprises industrielles elles-mêmes. Au sein de la Confédération, la création puis le développement des deux principaux services – qualité et élevage – s'est inscrite dans cette perspective quantitative<sup>293</sup>. Des collaborations avec l'INRA se mettent en place dès les années 1960 pour réfléchir d'abord aux méthodes de contrôle laitier, puis à l'amélioration génétique des animaux. En parallèle, un paiement à la qualité est mis en place, avant même la parution de la loi "Godefroy" en 1969<sup>294</sup>. Au cours des années 1970-80, une grille qualité sera progressivement élaborée, intégrant un à un les différents critères (spores butyriques, germes pathogènes, coliformes). Le rôle des entreprises laitières, au premier rang desquelles figure Société des Caves, a toujours été essentiel. Par l'intermédiaire de fermes expérimentales cogérées avec l'INRA, Société a en effet joué le rôle d'interface avec les producteurs, et permis de relayer les efforts de la Confédération. Cette mobilisation de l'ensemble des acteurs de la filière était également rendue nécessaire par le relatif isolement dans lequel évoluait le système Roquefort : *"Le développement agricole s'organisait sur les grandes productions de la région, et délaissait le lait de brebis, qui était considérée comme une production de peu d'intérêt, un peu de cueillette, des zones pauvres, et n'avait pas retenu toute l'attention. Il fallait donc qu'on se prenne en charge nous-mêmes"*<sup>295</sup>.

L'antériorité organisationnelle de la Confédération de Roquefort est d'ailleurs à l'origine d'importants conflits entre producteurs dans les années 1970. Placés sous la tutelle des chambres d'agriculture à leur création en 1972, les Etablissements Départementaux de l'Elevage se retrouvent dotés des mêmes prérogatives que la Confédération (contrôle laitier, insémination artificielle) : *"A partir du moment où administrativement et légalement, ce sont eux qui étaient reconnus pour faire le contrôle laitier, nous, on a signé des conventions avec des EDE (NDLR : Aveyron, Tarn, Hérault, Gard et Lozère), et on a eu le droit, par le fait qu'on était antérieur"*<sup>296</sup>. L'apparition des EDE provoque alors des scissions entre producteurs, certains reprochant à la Confédération des liens trop étroits avec les industriels. La coopérative "Ovitest", créée la même année, résulte d'une volonté de gestion autonome de

<sup>291</sup> Un responsable du service élevage de la Confédération de Roquefort.

<sup>292</sup> Un producteur de lait du Rayon de Roquefort.

<sup>293</sup> Ces deux services comptent aujourd'hui plus de 70 salariés.

<sup>294</sup> Cette loi instaure pour tous les producteurs (lait de vache notamment) un paiement en fonction de la composition physicochimique (matière grasse) et de la qualité bactériologique du lait.

<sup>295</sup> Un responsable de Société des Caves.

<sup>296</sup> Un responsable du service élevage de la Confédération de Roquefort.

l'outil de sélection génétique par les producteurs. Ovitest s'associe ensuite avec l'EDE de l'Aveyron pour former UNOTEC (Union Ovine Technique) : *"Il y a des gens qui sont très marqués anti un ou anti l'autre. Les pro-Ovitest voulaient sortir du monopole de la Confédération. Les gens de mon âge se rappellent un peu l'histoire. Moi, quand j'étais à l'école, à l'époque où ça s'est créé, il y avait des gens qui tenaient vraiment pour leur outil. Ce n'était pas tout à fait les mêmes philosophies. Il y en a une qui est plus commerciale on va dire. Tandis qu'à la Confédération, ils ont peut-être un esprit plus "père de famille". Je schématise un peu"*<sup>297</sup>. Les relations entre UNOTEC et la Confédération ne s'inscrivent plus aujourd'hui dans une logique de concurrence, les nécessités de coopération ayant pris le pas sur les rivalités. Les prestations réalisées sont désormais équivalentes : *"L'un et l'autre, on a une entente dans le fait qu'on ne va pas démarcher les voisins. Si l'éleveur veut changer d'organisme, il fait ce qu'il veut. Et en plus, le travail qui est fait sur le terrain et toutes les décisions sont prises ensemble"*<sup>298</sup>. La coordination entre les deux organisations s'est renforcée à travers leur adhésion commune à l'UPRA Lacaune (Unité de Promotion des Races Animales), dont le rôle est d'harmoniser l'ensemble des règles à suivre au niveau de la gestion de la race emblématique du Rayon de Roquefort. Au départ uniquement fondée sur des considérations quantitatives, la sélection génétique s'oriente depuis quelques années sur les qualités physicochimiques du lait : *"Avec une sélection sur la quantité de lait à l'époque, qui a fait baisser les taux. Roquefort avait des problèmes de fabrication dans les années 1985, ils n'arrivaient plus à faire de Roquefort en respectant les caractéristiques du fromage. Les taux étaient passés en dessous d'une limite qui était non acceptable d'un point de vue fromager. Ça s'est traduit par une évolution des schémas de sélection prenant en compte les taux, et sur les aspects conduite par un travail sur les facteurs d'élevage. Aujourd'hui, les taux sont bien maîtrisés. Ce n'est plus un problème collectif. Ça reste un problème au niveau individuel"*<sup>299</sup>.

En complément de la structuration roquefortaise, la production laitière ovine s'organise également à l'échelle nationale au travers de la création en 1990 du Comité National de la Brebis Laitière (CNBL)<sup>300</sup>. Regroupant l'ensemble des acteurs de la filière lait de brebis (organisations des bassins, chambres d'agricultures, UPRA, laboratoires d'analyses...), le CNBL constitue aujourd'hui une instance de coordination à caractère technique, permettant une harmonisation dans la construction de références et l'application des décisions sur les différents bassins : *"Un des intérêts du CNBL, c'est d'assurer ce transfert entre recherche et développement. Un des premiers acquis pour moi, ça a été que des gens se voient régulièrement et discutent entre eux. Etant petite filière au niveau national, ils ont intérêt à défendre leurs orientations. Le but, c'est d'arriver soudés pour qu'au niveau national, quand se font les arbitrages sur des financements, on fasse valoir une position commune"*<sup>301</sup>.

En termes de construction de ressources, cette avance technique du Rayon de Roquefort se traduit, comme pour le pôle caprin de Poitou-Charentes, par une stratégie de transfert de compétences vers d'autres bassins ovins. La position de référence qu'occupe la filière fait que ses responsables sont régulièrement sollicités, aussi bien par des professionnels que par des centres de formation. C'est pour répondre à ces demandes qu'est créé en 1998 le Centre de Ressources du Rayon de Roquefort, ou C3R, dédié en premier lieu à l'élevage ovin : *"On s'est aperçu qu'il y avait un créneau qui manquait, c'était en fait la partie promotion de*

<sup>297</sup> Un producteur de lait du Rayon de Roquefort.

<sup>298</sup> Un responsable du service élevage de la Confédération de Roquefort.

<sup>299</sup> Un responsable du Comité National de la Brebis Laitière.

<sup>300</sup> Sous l'impulsion de l'INRA et de J.-C Flamant, cette structure existait de manière informelle depuis le milieu des années 70.

<sup>301</sup> Un responsable du CNBL.

*l'élevage de la brebis, qui pour l'instant n'est ni assurée par les éleveurs, qui s'occupent de la production du lait, ni par la Confédération de Roquefort, parce qu'elle a une fonction d'appui technique et c'est tout*<sup>302</sup>. Initiée par les professionnels de la filière, cette structure a la particularité de fédérer un large éventail d'acteurs, aussi bien inscrits dans la sphère productive (chambres d'agricultures, CNBL) que dans des sphères territoriales plus larges (Lycée Agricole de Saint-Affrique, collectivités territoriales, PNR des Grands Causses). Le C3R se veut au départ un centre de documentation dédié aux professionnels et aux enseignants agricoles<sup>303</sup>, privilégiant les données concrètes de terrain consacrées à la brebis (alimentation, conduite sanitaire, bâtiments d'élevage, comptabilité, droit, fiscalité...) et à l'activité laitière (traite, sélection, reproduction, transformation fromagère...). Le deuxième axe de travail réside dans l'organisation de séjours techniques auprès de lycées venus de toute l'Europe : *"Par exemple, l'an dernier, des éleveurs suisses sont venus. Ils étaient intéressés par le bio. Donc on a organisé des visites dans des exploitations bio. Il y a trois semaines, on avait des techniciens de Roumanie qui étaient intéressés par la sélection. Donc, on les a mis en contact avec les organismes concernés et on leur a organisé des visites d'élevages. Mais nos plus gros clients, ce sont les lycées agricoles qui viennent voir comment les éleveurs travaillent"*<sup>304</sup>. A terme, l'objectif du C3R est d'être identifié comme l'outil de valorisation technique de la filière, aussi bien par l'extérieur que par les acteurs locaux. Nous verrons que ce nouvel outil permet au système roquefortais de s'inscrire dans une démarche territoriale plus poussée. Le C3R gère en effet une exposition permanente dédiée à l'élevage de la brebis ("Pastoralia") et prend en charge l'organisation du Festival de la brebis Lacauze.

### **3.3. Les conséquences de l'ancrage du bassin roquefortais dans un contexte démographique en déprise : la solidarité productive**

Si la densité et l'avance technique sont deux caractéristiques importantes du système roquefortais, l'analyse met en évidence la manière dont le contexte économique et démographique influe sur ce système. L'une des préoccupations récurrentes des acteurs interrogés réside en effet dans la nécessité de solliciter au maximum les ressources locales : le slogan "vivre et travailler au pays" pourrait être complété par "faire travailler le pays". Même si cette préoccupation n'est pas absente sur les autres terrains, c'est dans le Rayon de Roquefort qu'elle est la plus visible. Dans cette recherche de solidarités locales, la dimension identitaire est importante<sup>305</sup>, mais elle est renforcée par une certaine nécessité, perçue de manière plus ou moins forte par les acteurs, qui semble caractéristique des régions fragiles.

De ce point de vue, le Rayon de Roquefort s'inscrit globalement dans la "France du Vide", mise en évidence par R. Béteille (Béteille, 1981). Les deux principales composantes du Rayon – Sud-Aveyron et est du Tarn – sont aujourd'hui encore en phase de déclin démographique, même si les chiffres de 1999 font apparaître un ralentissement de ce déclin (solde migratoire désormais positif). Le Sud-Aveyron se caractérise ainsi par des densités très faibles : à peine 20 habitants par km<sup>2</sup> pour l'arrondissement de Millau (50 % des communes à moins de 10 hab./km<sup>2</sup>). Le reste de la zone se caractérise également par des faibles densités (moins de 14 hab./km<sup>2</sup> pour la Lozère en 1999), même si les évolutions apparaissent positives

---

<sup>302</sup> Une responsable du C3R.

<sup>303</sup> Ce qui le positionne un peu différemment du CIRVAL (Centre International de Ressources et de Valorisation de l'Information des filières laitières des petits ruminants), davantage orienté vers la recherche.

<sup>304</sup> Une responsable du C3R.

<sup>305</sup> On renvoie ici le lecteur aux travaux menés par J. Saglio, qui propose la notion "d'échange sous contrainte de préférence identitaire" (Saglio, 1991).

depuis 1975, faisant état d'une certaine renaissance rurale<sup>306</sup>. Cette situation démographique a un impact sur l'activité économique. Le département de l'Aveyron tente de définir depuis plusieurs années une politique fondée sur l'attractivité de son territoire, permettant l'accueil de nouvelles entreprises. Les réflexions ne portent pas uniquement sur des avantages fiscaux ou des facilités d'accès, mais plus largement sur la qualité du cadre de vie et l'accès aux services : *"Ce sont des questions méthodologiques que se posent les élus : comment attirer et conserver des entreprises sur le territoire ? Ça démarre par des questions toutes simples, si un couple vient s'installer : les services à la petite enfance, les garderies, les crèches. C'est une approche globale"*<sup>307</sup>. En termes agricoles, l'installation apparaît comme un enjeu fort, et fait l'objet d'une politique volontariste de la part de la chambre d'agriculture, qui compte aujourd'hui approximativement trois départs pour deux installations. Les handicaps sont accrus dans le Sud-Aveyron : *"Ça nous interpelle, quand les gens sont partis, on ne les réimplante plus. C'est pour ça que c'est très important d'installer. Dans le Massif Central, quand je vois des départements comme l'Allier, la Vienne, la Creuse, la Corrèze, c'est dramatique. En Corrèze, plus de la moitié de la surface du département, c'est la forêt. Et c'est fini après, c'est irréversible"*<sup>308</sup>. Le Rayon de Roquefort est donc plus qu'ailleurs confronté à d'importants problèmes de recrutement sur certains types de métiers. Les emplois qualifiés (fromageries, services techniques) sont ainsi souvent occupés par des personnes ayant fait leur scolarité ailleurs. L'ampleur de l'activité ne suffit pas à compenser son relatif isolement : *"Ici, il n'y a rien, ce n'est pas assez gros. On prend les gens où l'on peut, c'est vrai qu'on a un gros problème, on n'en trouve pas. La situation géographique, ça peut être un handicap, les élèves peuvent hésiter à venir travailler chez nous"*<sup>309</sup>.

Dans le Rayon, cette "solidarité productive" prend des formes très diverses selon le maillon de la filière observé. Les producteurs entretiennent souvent des relations particulières avec leurs fournisseurs : *"Pour les aliments, on essaie d'avoir quelque chose qui corresponde à ce que l'on a, mais il y a aussi une question de relations. On essaie tous de faire travailler un peu tout le monde. Il faut vraiment faire gaffe que tout le monde travaille un petit peu. Par exemple, moi, pour les aliments brebis, je suis chez Sanders, mais pour les agnelles, je suis chez Cavaignac"*<sup>310</sup>. Sur certains aspects, les stratégies des industriels relèvent de la même logique, et lorsqu'ils sont extérieurs à la zone (salariés du groupe Lactalis), le "milieu local" joue pleinement son rôle d'imprégnation, même si la logique reste avant tout économique. L'exemple du transport du lait évoqué plus haut est selon nous révélateur de ce contexte : il s'agit de pratiques qui perdurent alors que leur rentabilité est loin d'être évidente. Le recrutement est également mis en évidence : *"Je préfère prendre des gens de la région, du milieu, qui connaissent le milieu agricole. Ce sont des postes sur lesquels on souhaite fidéliser les gens. On n'est pas là sur des métiers du commerce où les choses bougent vite et fort. Moi, au contraire, j'ai plutôt besoin de stabilité, pour que les producteurs connaissent et reconnaissent les gens auxquels ils ont à faire. Et puis ce ne serait pas logique d'aller chercher des gens ailleurs, ce serait mal vu"*<sup>311</sup>. Enfin, au niveau de la Confédération, le choix a été fait de ne pas mettre en place de laboratoire d'analyses. Celles-ci sont réalisées par le LIAL (Laboratoire Interprofessionnel d'Analyses Laitières) basé à Aurillac : *"On pourrait avoir un labo ici, ça a été discuté à un moment donné, et puis on a décidé de faire travailler*

---

<sup>306</sup> Source : INSEE.

<sup>307</sup> Une technicienne du Comité d'Expansion Economique de l'Aveyron.

<sup>308</sup> Un responsable de la CDA de l'Aveyron.

<sup>309</sup> Un responsable du service élevage de la Confédération de Roquefort.

<sup>310</sup> Un producteur de lait du Rayon de Roquefort.

<sup>311</sup> Un responsable de fromagerie de la filière Roquefort.

Aurillac"<sup>312</sup>. La solidarité n'est donc pas limitée au Rayon de Roquefort. Le projet AOC Pérail de brebis s'inscrit aussi dans cette perspective de maintien de l'activité : *"Les producteurs de lait pour le Pérail, ce sont soit des jeunes qui s'installent, soit des gens qui ont une référence trop faible. Sans nous, certaines exploitations auraient disparu. Mon slogan, c'est de chercher des voisins plutôt que des hectares"*<sup>313</sup>.

### 3.4. Le renforcement de la place de l'AOC dans la construction de ressources

La trajectoire suivie par le bassin fait que l'AOC Roquefort est très souvent citée en exemple pour ce qui est de son organisation et de sa réussite commerciale. Le rôle joué par l'appellation dans la réussite de la filière est indéniable. La protection (précoce) du produit a permis une fixation de l'activité dans l'aire d'appellation et le maintien d'un grand nombre de producteurs. Il convient toutefois de rester nuancé en positionnant l'AOC à la place qui doit être la sienne dans la filière selon nous : centrale, mais pas toute-puissante. Avant d'être un syndicat d'appellation, la Confédération de Roquefort est une interprofession, dont le but est de gérer la production de lait de brebis, et même s'il s'agit d'une activité spécifique, les volumes transformés en Roquefort ne représentent que la moitié des volumes<sup>314</sup>. L'AOC apparaît donc comme un volet parmi d'autres de la gestion de l'interprofession : essentiel certes, mais pas unique. Les négociations opposant les producteurs de lait aux transformateurs portent autant sur la valorisation du lait à Roquefort que sur les autres types de fabrication<sup>315</sup>. De la même façon, il apparaît que l'avance technique du bassin roquefortais est autant imputable au caractère rémunérateur du produit AOC (ayant permis la mobilisation des acteurs dans un contexte où peu d'autres alternatives étaient possibles) qu'à l'extrême spécificité de la production de lait de brebis par rapport à la vache, beaucoup plus répandue. Ainsi, sans minimiser le rôle du produit AOC, il nous apparaît important de le replacer dans son contexte. La spécification des ressources est extrême dans le Rayon, les compétences acquises par les acteurs résultent d'un long processus d'accumulation historique dans lequel l'AOC a joué le rôle de facilitateur. Toutefois, l'absence, jusqu'à une époque récente, de contraintes liées à la production de lait dans le cahier des charges limite son influence.

Des signes de spécification directement imputables à l'AOC sont malgré tout observés<sup>316</sup>. Ainsi, certains fabricants d'aliment déclinent leur offre en conséquence et ont mis au point des produits spéciaux, afin d'être en adéquation avec le cahier des charges de l'AOC Roquefort. Plus généralement, la révision des contraintes de production privilégie la recherche de l'autonomie fourragère, étant donné que les trois quarts de la ration de base doivent désormais provenir de l'exploitation, et que les achats de concentrés ne doivent pas dépasser 200 kilos de marchandises par animal et par an. Destinées à prévenir des dérives vers le hors-sol, ces mesures sont susceptibles d'induire une réorientation du bassin de production, et donc de ses besoins en termes de matériel comme en termes de compétences : *"Les systèmes fourragers pourraient évoluer, par exemple, il faudra être plus pointu sur la culture des*

---

<sup>312</sup> Un responsable du service qualité de la Confédération de Roquefort.

<sup>313</sup> Un directeur de fromagerie de la filière Pérail de brebis.

<sup>314</sup> Précisons malgré tout que jusqu'au milieu des années 1970 et à l'apparition de la diversification, le Roquefort était la seule fabrication des entreprises de la filière.

<sup>315</sup> Les événements récents liés à la demande d'AOP Féta par la Grèce ont contribué à une focalisation accrue de l'attention des éleveurs sur la fixation du prix de la "classe 2", la "classe 1" suscitant a priori moins de conflits.

<sup>316</sup> Pour l'anecdote, le slogan de l'UPRA Lacane est le suivant : *"une race, des produits, un terroir"*. Dans sa communication, la structure met d'ailleurs en évidence l'ensemble des produits issus de la brebis Lacane, dont certains renvoient à une qualité spécifique : Roquefort, Pérail, Féta, Brousse, peau, laine...

luzernes. L'ensilage devrait continuer à diminuer dans la zone"<sup>317</sup>. En termes de formation, les dirigeants du Lycée Agricole de la Cazotte réfléchissent depuis plusieurs années à la mise en place d'une licence professionnelle centrée sur la production laitière ovine, qui permettrait de spécifier davantage les compétences acquises par les élèves. Les attentes des professionnels semblent être aujourd'hui axées sur la qualité : *"C'est un aspect qui fait cruellement défaut aujourd'hui. C'est toute une façon de raisonner, d'aborder les questions. J'ai été questionné par le lycée de Saint-Affrique qui réfléchit à la mise en place d'une licence, et c'est un point que je leur ai mis en avant"*<sup>318</sup>. Cette perspective tendrait à faire une place plus large à l'AOC dans les enseignements.

Ainsi, entre autres à travers la réappropriation du produit par les producteurs de lait, l'AOC tend à renforcer encore davantage le degré de spécificité du système productif et des ressources qui sont engendrées. Cette dynamique apparaît fondamentale dans la perspective de la pérennité de la filière, même si nous allons voir qu'une spécification accrue peut se révéler être un facteur de fragilité.

### 3.5. Le Rayon de Roquefort : forces et faiblesses de la trajectoire de spécification

A l'image de la filière laitière française, le modèle technique mis en place par les acteurs de la filière à partir des années 1960 a permis un important développement de la productivité (ce qui a nécessité une politique de maîtrise), et a dans le même temps provoqué d'importantes restructurations, tant en amont qu'en aval de la filière (tableau ci-dessous).

**Tableau 19 : les conséquences du modèle technique sur le bassin de production roquefortais**

Année	Collecte totale (en millions de litres)	Effectifs des brebis traites	Nombre de producteurs	Quantité moyenne annuelle livrée par exploitation (hl)	Nombre de laiteries
1951	33,2	480 000	10 204	32	690
1961	38,9	450 000	8 010	49	345
1971	39,2	440 000	4 950	79	250
1981	76,1	700 000	3 475	219	212
1988	117,7	740 000	3 063	384	43
2004	180	800 000	2 315	777	10

Source : Confédération de Roquefort, 2004.

La raréfaction des producteurs de lait sur le territoire pose bien sûr la question de l'occupation de l'espace, certains responsables s'inquiètent en effet du fait que de plus en plus de communes n'ont plus d'agriculteurs. Toutefois, nous voudrions souligner dans le même temps la très grande pérennité de la production. Entre 1997 et 2004, le nombre d'éleveurs est passé de 2550 à 2315, ce qui correspond à une baisse de 10,1 % : *"Depuis dix ans, le rythme est régulier, il y a toujours entre vingt et trente élevages qui disparaissent chaque année"*<sup>319</sup>. Ce chiffre est à comparer – toutes proportions gardées – avec celui de la production laitière nationale, qui a perdu durant la même période près du tiers de ses effectifs (de 140 000 à 96 000)<sup>320</sup>. La restructuration qu'a connu le bassin roquefortais entre 1951 et 1988 (–70 % des effectifs) a semble-t-il contribué à renforcer la viabilité des structures encore en activité aujourd'hui. La filière apparaît donc mieux préparée aux évolutions à venir que d'autres

<sup>317</sup> Un producteur de lait de brebis du Rayon de Roquefort.

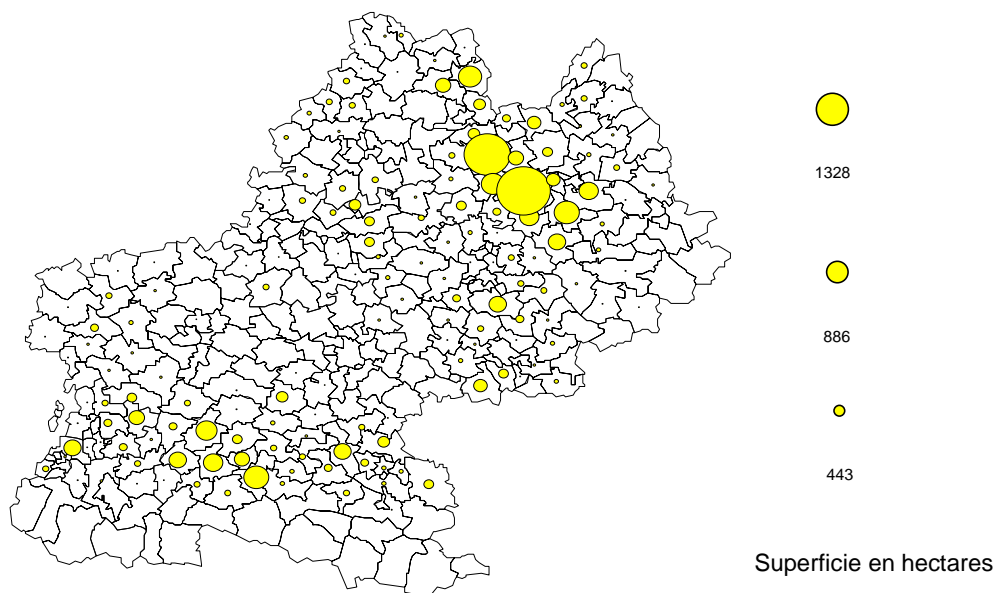
<sup>318</sup> Un responsable de fromagerie de la filière AOC Roquefort.

<sup>319</sup> Une responsable de la Confédération de Roquefort.

<sup>320</sup> Pour les Pyrénées-Atlantiques, la baisse des éleveurs ovins est d'environ 20 % (source : CNBL).

bassins AOC (Savoie, Basse-Normandie dans une moindre mesure), où des baisses importantes devraient encore se produire dans les années à venir. De nombreuses interrogations subsistent cependant, au premier rang desquelles figure l'évolution spatiale du bassin de production. Depuis vingt ans, on assiste à un "glissement" de la production des régions herbagères (Ségala, Lévezou) au détriment des régions pastorales (causses, rougiers). Terres au départ pauvres, le Ségala et le Lévezou ont connu une importante phase d'intensification dans les années 1975-1985 avec le développement de l'ensilage, qui a permis de compenser des structures foncières trop petites (voir carte 25, ainsi que la carte ci-dessous).

**Carte 28 : la pratique de l'ensilage en Midi-Pyrénées**



**Source : RGA, 2000.**

A l'inverse, les causses et les rougiers se caractérisent par des conditions d'élevage plus difficiles : *"Compte tenu que la qualité des fourrages n'est pas toujours au rendez-vous. Compte tenu que les conditions climatiques dans lesquelles on procède au moment de la fenaison ne nous garantissent pas la qualité permanente du stock. On est dans une région très versatile. On est sous influence océanique. C'est l'océan qui nous amène l'influence la plus importante. Mais on a des revirements importants de climat méditerranéen. Donc, on a des vents secs l'été qui assèchent rapidement les réserves d'eau. Et comme on est sur des causses avec un sol filtrant, en très peu de temps, on peut avoir une sécheresse. Donc on n'a pas trop de réserve pour pouvoir maintenir une surface herbagère de bonne qualité, et permanente surtout. Ça nous oblige à acheter davantage à l'extérieur"*<sup>321</sup>. En limitant les achats extérieurs, la révision du cahier des charges pourrait accentuer cette tendance au glissement, en handicapant davantage les zones les plus défavorisées : *"Quelque part, se contenter de limiter les achats, il y a un risque d'accélérer ce qu'on observe déjà depuis longtemps, c'est-à-dire un déplacement de la production des régions les plus défavorisées vers les régions les plus riches du Rayon. Et ça c'est une réalité, il suffit de regarder la carte de l'implantation des laiteries. Il n'y a plus de laiteries sur les Causses. Il est certain que quelqu'un tirera mieux les marrons du feu sur le Réquistanais qu'ici. Son autonomie est plus importante"*. Le décalage progressif entre la réalité productive et les images associées au produit (paysages de causses) peut à terme poser problème pour les stratégies de communication. Cette idée est

<sup>321</sup> Un producteur de lait de brebis situé sur le Causse du Larzac.

également défendue par L. Rieutort : *"Les risques d'un glissement de la production depuis le noyau historique où se trouvent toutes les composantes du lien au terroir, vers des périphéries de plus en plus éloignées, sont grands. Un tel changement de territoire irait, par exemple, à l'encontre des perceptions et des images référentielles associant le Roquefort aux parcours et aux "lavognes" des Causses"* (L. Rieutort, 2003, p. 310).

En revanche, l'extrême spécialisation du système roquefortais est un atout dans la concurrence des bassins. En se positionnant comme une référence mondiale pour l'élevage de brebis laitières, le Rayon génère des ressources exportables et porteuses de développement. Les risques d'une telle trajectoire sont néanmoins importants, ils rendent d'autant plus difficile un éventuel redéploiement de ces ressources vers d'autres activités en cas de crise du produit phare. Le manque à gagner provoqué par l'AOP Feta est d'ailleurs venu rappeler cette réalité. La prédominance de la filière Roquefort ne s'évalue donc pas uniquement en termes de poids économique, mais également dans le processus de construction de ressources. L'analyse nous montre que si des filières AOC d'envergure telles que le Comté, le Cantal ou le Reblochon peuvent revendiquer un nombre d'emplois directs et indirects équivalent, voire supérieur, elles le font dans une économie régionale beaucoup plus diversifiée. *"Nulle part ailleurs, la destinée d'un territoire est autant liée à celle d'un seul produit"* (Frayssignes, 2004, p. 10). Dans le Rayon de Roquefort et plus précisément dans le Sud-Aveyron, l'absence d'activité alternative semble d'ailleurs en grande partie imputable à la réussite économique de la filière. L'AOC Roquefort a ainsi engendré un territoire productif qui aujourd'hui conditionne à son tour la destinée de la filière. Les tentatives de "sortie" de cette spécification sont pour l'instant rendues difficiles par ce contexte. Le Lycée Agricole de La Cazotte a par exemple ressenti le besoin de diversifier des formations, avec la création en 1995 d'une filière "élevage équin", puis d'une filière "agrobiologie" en 1999 : *"On s'est aperçu que s'il y avait d'autres formations sur le lycée, les effectifs seraient plus nombreux. La formation en élevage équin a plusieurs fonctions. Bien sûr, ça forme aux métiers du cheval. Mais cela a aussi une fonction d'aider les jeunes en difficulté scolaire. Ce sont souvent des jeunes filles qui sont en échec scolaire, et qui grâce au cheval arrivent à s'en sortir et à avoir un bac. Et surtout, je crois que c'est important de ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier"*<sup>322</sup>. L'intérêt croissant porté au tourisme relève de cette même logique de diversification. Même si les démarches sont encore ponctuelles, elles sont révélatrices d'un besoin des acteurs de la filière de pouvoir mobiliser leurs ressources sur un autre terrain que celui de l'activité productive au sens strict.

Le pôle roquefortais s'apparente également à un pôle commercial de premier plan pour les appellations d'origine. L'implantation de la "division AOC" du groupe Lactalis à Roquefort est une preuve de la reconnaissance du savoir-faire de Société des Caves en la matière. Ce savoir-faire se manifeste également au niveau du conditionnement et du marketing. Les innovations technologiques permettant de mieux positionner le produit en LS anticipent la perte continue de parts de marché du rayon coupe. De plus, à travers des campagnes de publicité comme "Roquefort Cave Baraignaudes", le groupe Lactalis a su segmenter son produit sur le même principe que les crus en vin. En dépit des contradictions que peuvent susciter la cohabitation entre un groupe de dimension internationale et un produit traditionnel, la présence de Lactalis au sein de la filière Roquefort, pour peu qu'elle soit bien gérée au sein de l'interprofession, apparaît bel et bien comme une force.

---

<sup>322</sup> Un responsable du Lycée Agricole de La Cazotte.



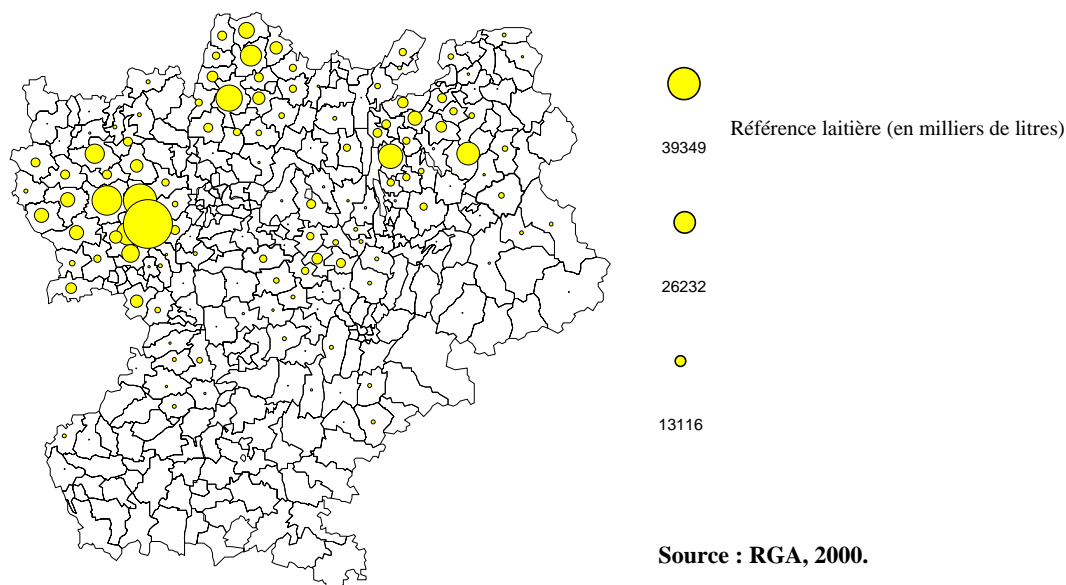
## 4. La place déterminante des AOC dans la construction de ressources dans les Savoies

En grande partie imputable à des choix politiques effectués dans les années 1970, le caractère traditionnel des bassins laitiers savoyards est directement lié à la présence de produits d'appellation fondés sur des cahiers des charges précis (conduite des exploitations, technologie laitière. Ce contexte particulier est à l'origine d'un processus de construction de ressources, là aussi extrêmement spécifiques, d'abord lié à la présence de ces AOC.

### 4.1. Un bassin de production encore traditionnel

Le bassin laitier constitué par les départements de Savoie et de Haute-Savoie représentait en 2002 moins de 2 % des livraisons de lait en France (environ 336 millions de litres sur 22,5 milliards). A l'échelle de Rhône-Alpes, la part laitière des deux départements avoisine les 24 % de la collecte. Ces proportions sont équivalentes si l'on considère le nombre d'éleveurs. Les Savoies sont donc situées quelque peu à l'écart du croissant laitier français (voir carte 11), davantage inscrit en Rhône-Alpes (Loire et nord de l'Ain).

**Carte 29 : la production laitière en Rhône-Alpes**



En dépit d'une restructuration étalée sur une vingtaine d'années, ce territoire se caractérise encore par une relative atomisation de la production, avec une référence moyenne de 129 000 litres par exploitation (tableau ci-dessous).

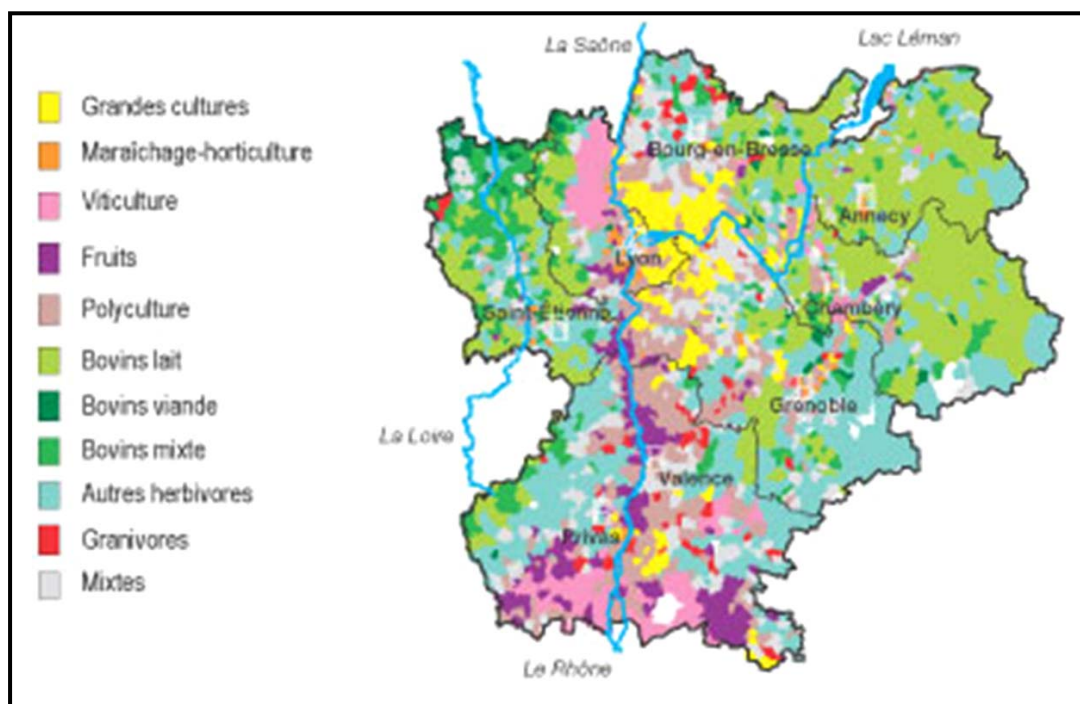
**Tableau 20 : les références laitières moyennes en Savoie et Haute-Savoie**

	Référence moyenne par exploitation (2002)
France	193 000
Rhône-Alpes	137 000
Savoie	100 000
Haute-Savoie	151 000
S. & HS.	129 000

Source : CNIEL et RGA, 2002.

La spécialisation laitière est une autre caractéristique importante des Savoies. Près de 75 % des exploitations professionnelles de Haute-Savoie sont classées par le RGA dans l'OTEX "bovin lait". La Savoie apparaît légèrement plus diversifiée (52 %). La proportion n'est que de 26 % à l'échelle de Rhône-Alpes. En termes économiques, le lait de vache représente plus de 40 % du chiffre d'affaires généré par l'agriculture dans les Savoies<sup>323</sup>, très loin devant les autres productions (viande, cultures maraîchères, vignes...).

**Carte 30 : les OTEX des communes de Rhône-Alpes en 2000**

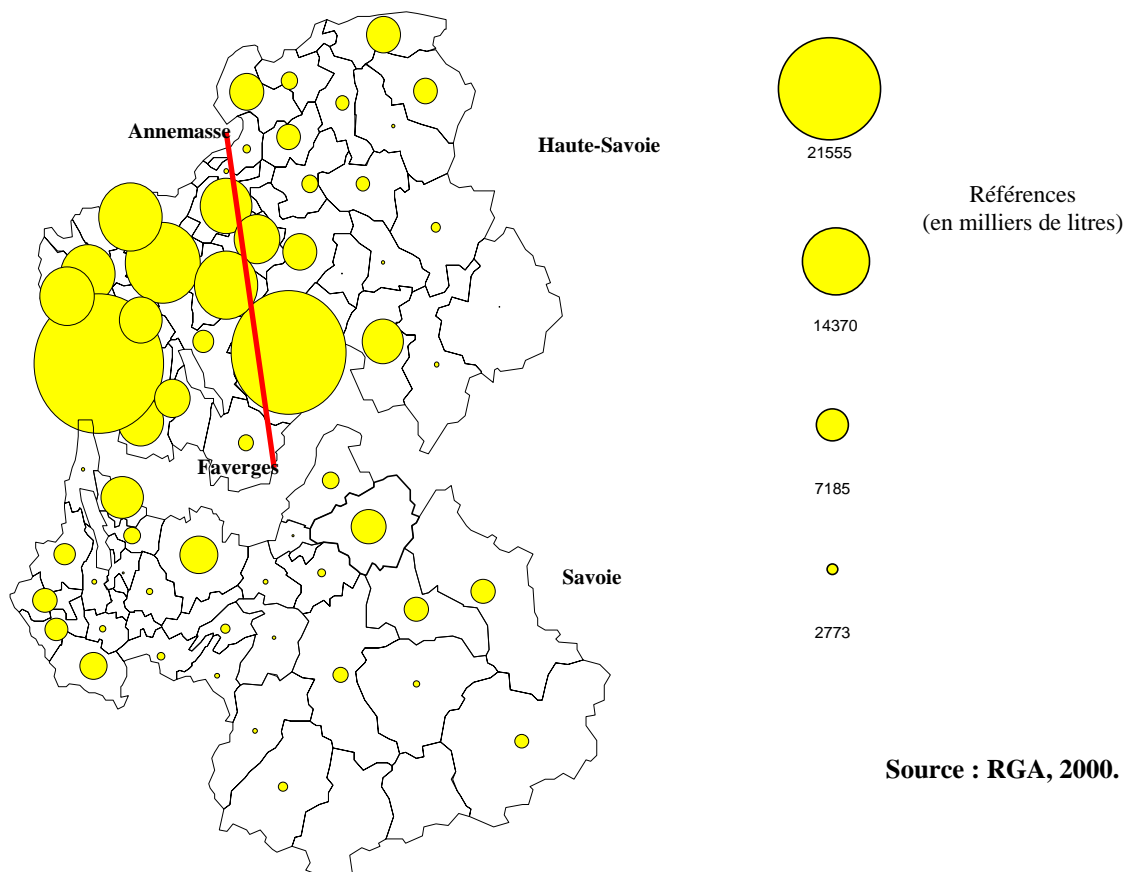


Source : Chambre Régionale d'Agriculture de Rhône-Alpes, 2002.

Au sein des deux départements, les contrastes spatiaux sont importants. La Haute-Savoie représente les deux tiers des volumes de l'ensemble savoyard (environ 256 millions de litres sur 380). D'autre part, l'essentiel de la production est localisée dans l'avant-pays savoyard, avec une tendance à l'accentuation. En Savoie, la majorité des litrages proviennent de l'ouest du département. La production destinée à la fabrication de Beaufort est quant à elle localisée dans trois vallées : Beaufortain, Maurienne et Tarentaise. En Haute-Savoie, l'essentiel des volumes sont localisés à l'ouest d'une ligne allant de Faverges à Annemasse.

<sup>323</sup> Source : CDA de Savoie et de Haute-Savoie, 2003.

**Carte 31 : la production laitière en Savoie et en Haute-Savoie en 2000**

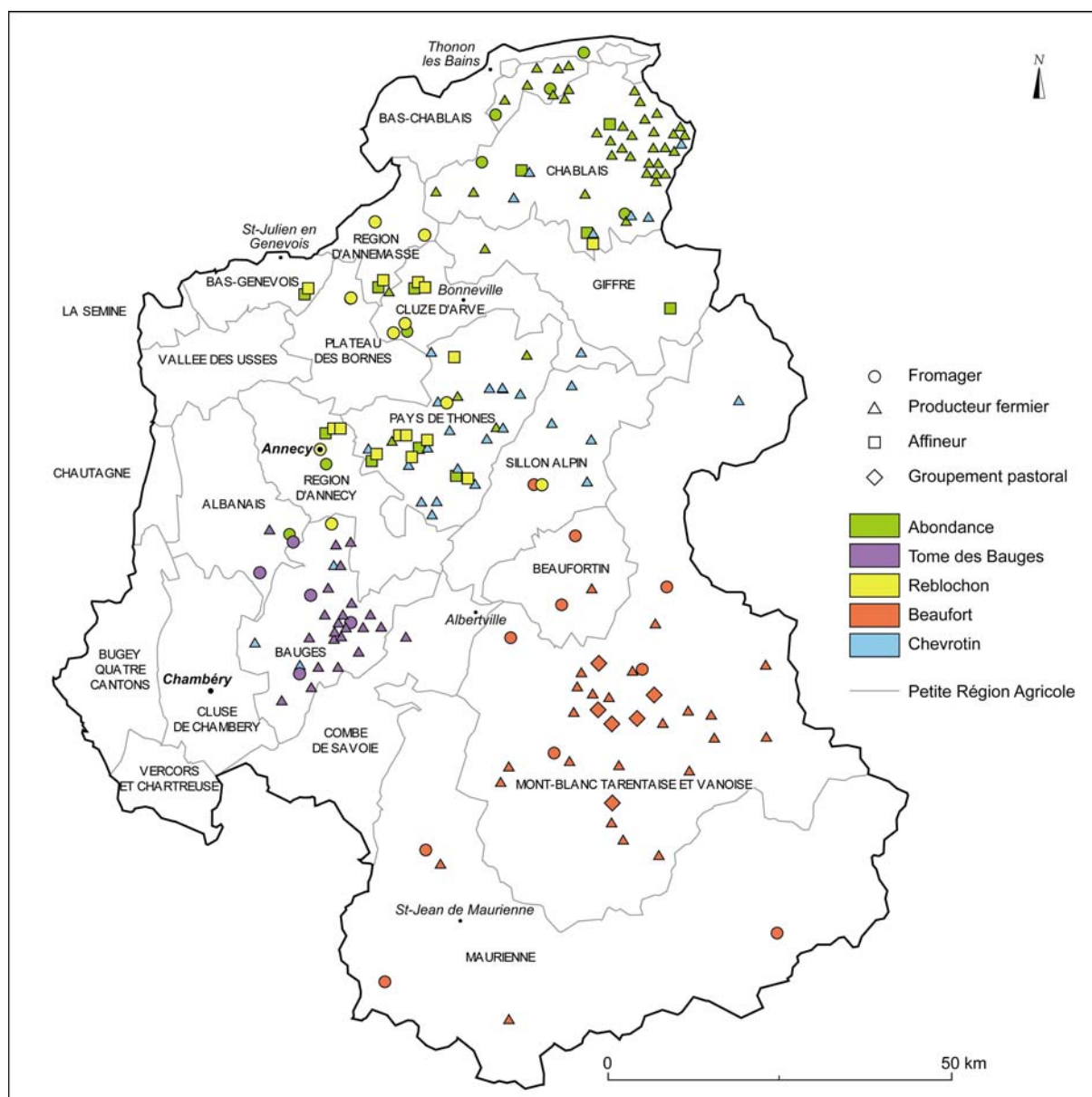


**Source : RGA, 2000.**

En ce qui concerne les transformateurs<sup>324</sup>, le caractère atomisé de la production est avéré. Les producteurs fermiers de Tome des Bauges et d'Abondance sont majoritairement localisés dans le berceau respectif de ces deux appellations (Massif des Bauges, Chablais). Le Beaufort concerne quant à lui principalement la vallée de Tarentaise. Enfin, les fromageries à Reblochon sont notamment disséminées dans le Pays de Thônes et sur le Plateau des Bornes (carte ci-dessous). Le détail de chaque appellation est présenté en annexe 8.

<sup>324</sup> Sur cette carte, les producteurs fermiers de Reblochon (environ 160) ne sont pas représentés. Ils figurent sur une carte analysée dans le chapitre 7.

**Carte 32 : les transformateurs du pôle AOC "Savoies" en 2004**



Source : Syndicats AOC (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

L'observation de la professionnalisation des exploitations met également en évidence les spécificités savoyardes. D'une manière générale, la Savoie et la Haute-Savoie sont parmi les départements français les moins professionnels, avec des taux respectifs de 39,8 et 42,4 % (la moyenne nationale étant de 59,4 %). Il en va de même avec les exploitations laitières : si la moyenne nationale atteint alors 94,3 %, la Savoie (77,5 %) et la Haute-Savoie (85,9 %) sont classées aux 89<sup>ème</sup> et 79<sup>ème</sup> rangs des départements français. A travers ce critère, les spécificités de l'avant-pays apparaissent à nouveau. On constate en effet en Haute-Savoie que 90,6 % des exploitations laitières de l'avant-pays sont spécialisées, contre 81,6 % pour le reste du département (qui correspond pour une bonne partie à la zone Reblochon). Les écarts sont plus importants pour la Savoie, avec un avant-pays professionnel à 88,4 %, alors que les principaux cantons de la zone Beaufort atteignent à peine les 69 %<sup>325</sup>. Ces écarts ne dénotent pas forcément une performance moindre des zones montagneuses, mais des technicités

<sup>325</sup> Aime, Beaufort, Bourg Saint-Maurice, Lanslebourg Mont-Cenis et Ugine (source : RGA, 2000).

différentes. Les producteurs de la plaine sont plus proches de l'ensemble des producteurs français. A travers notamment la pratique de l'alpage, les producteurs de montagne apparaissent plus en pointe dans la gestion des pâtures et des aléas climatiques : *"En haut, en général, ce sont des pros du foin"*<sup>326</sup>. En zone Reblochon, particulièrement dans la vallée de Thônes, les faibles surfaces disponibles amènent les producteurs à acheter davantage de foin et de concentrés à l'extérieur. Pour compléter les achats dans le département (loin d'être autosuffisant), l'utilisation du foin de Crau AOC (Drôme) est particulièrement prisée.

Les Savoies se présentent donc comme un ensemble laitier certes hétérogène mais encore relativement traditionnel. Certaines pratiques viennent illustrer ce phénomène, comme celui de la pluriactivité, relativement répandue<sup>327</sup>, notamment en lien avec le tourisme hivernal (remontées mécaniques), qui a pris le relais des activités industrielles (décolletage, barrages hydro-électriques). L'agrandissement des exploitations contribue depuis plusieurs années à faire baisser le nombre d'agriculteurs pluriactifs : *"Le métier devient de plus en plus pointu, si on veut le faire comme il faut, il faut être présent"*<sup>328</sup>. Les très petites références observées en Savoie amènent encore certaines fromageries à collecter le lait en bidons. Etant donné qu'elle concerne le plus souvent des producteurs âgés, cette pratique est appelée à disparaître dans les années à venir, pour laisser la place aux tanks à lait, beaucoup moins contraignants en termes de charge de travail. Le caractère traditionnel de l'activité se retrouve également dans les conduites d'exploitations et les périodes de vèlages. A titre d'exemple, la production laitière dans la zone Beaufort connaît un pic en juin – juillet, mais chute brutalement au mois d'octobre, au moment du retour des vaches à l'intérieur (changement de régime alimentaire). La remontée a lieu en général vers le mois de février et connaît son apogée en avril, alors que le lait est encore destiné à fabriquer du fromage dit "Beaufort d'hiver"<sup>329</sup>. Les fromageries souhaiteraient donc décaler les vèlages pour privilégier la production estivale : *"Toutes les coopératives ont le même type de problème. Les vèlages ont lieu en janvier – février, c'est traditionnel, mais c'est aussi lié à la double activité. Il y en a qui jouent le jeu, d'autres ne veulent pas changer leurs habitudes. On y réfléchit"*<sup>330</sup>. Le problème est encore plus marqué en Haute-Savoie le Reblochon n'étant pas un fromage de garde (affinage plus court). Le système "naturel" implique une mise bas en mars, juste avant la mise à l'herbe, ce qui permet de diminuer les coûts liés à l'alimentation. Cette pratique implique donc une baisse des lactations à partir du mois de septembre, au moment où les besoins en lait sont les plus importants, les ventes étant fortes à partir des fêtes de fin d'année. Les incitations financières mises en place par la FDCL de Haute-Savoie ont vocation à amener les éleveurs à adapter leur système de production aux exigences du marché.

#### **4.2. Une trajectoire à contre-courant de l'évolution nationale et fortement imprégnée par la recherche de la qualité à travers les AOC**

Cette trajectoire s'explique moins par les handicaps naturels inhérents à la région que par les choix politiques des responsables à partir des années 1960. Soucieux de préserver l'agriculture, ces acteurs étaient aussi conscients que la région ne pouvait être compétitive en termes de productivité dans le modèle qui se dessinait alors : *"Et puis on a vu l'introduction*

---

<sup>326</sup> Un directeur de fromagerie en Haute-Savoie.

<sup>327</sup> Les deux départements comptent 36,4 % de chefs d'exploitations pluriactifs (38,3 % pour la seule Savoie), chiffre nettement supérieur à la moyenne nationale (22,1 %), source: RGA.

<sup>328</sup> Un producteur de lait de Savoie.

<sup>329</sup> Le cahier des charges stipule que le "Beaufort d'été" ne concerne que le lait produit de juin à octobre.

<sup>330</sup> Une responsable de coopérative dans la filière Beaufort.

de l'ensilage et de la Holstein dans les années 75, on s'est aperçu qu'on allait droit dans le mur"<sup>331</sup>. En rupture avec le syndicalisme majoritaire, un certain nombre d'éleveurs s'investissent plus avant dans leur outil de travail – la coopérative fruitière – à même selon eux de constituer une réponse crédible au besoin de valorisation du lait. La volonté de continuer à vivre de l'agriculture était particulièrement vivace dans la zone AOC Beaufort : *"C'était presque des illuminés au départ. Des gens comme Maxime Viallet prônaient le "produire mieux", c'était en total décalage avec l'idéologie ambiante. Les productivistes menaient une campagne, ils étaient leaders. Ils n'ont pas trouvé mieux que d'enseigner l'agriculture moderne dans les fruitières. Ils étaient dans l'agriculture bretonne de l'époque"*<sup>332</sup>. Outre l'hostilité ambiante, les tenants d'une agriculture alternative étaient également confrontés à une démobilitation de la profession : *"Les alpages étaient à la rue. Les petits producteurs de la vallée qui faisaient de la tomme avaient des problèmes de qualité. Les alpages étaient en situation de sous-investissement. EDF les avait noyés avec les barrages et perturbé l'organisation de la main-d'œuvre, c'était le début de l'exode rural. Les responsables et les experts estimaient qu'il n'y avait pas d'avenir pour l'agriculture"*<sup>333</sup>.

Ainsi, dès les années 1960, la production laitière des deux Savoies s'inscrit en marge du modèle dominant, fondé sur l'intensification, et privilégie à l'inverse des conditions de production traditionnelles dans un but bien précis : la qualité des produits. Les responsables agricoles font alors l'hypothèse que le respect d'un certain nombre de règles doit permettre une différenciation des produits sur le marché, et donc une meilleure valorisation pour les éleveurs, condition sine qua non de leur maintien dans la région. Cette démarche va fortement imprégner les cahiers des charges des deux principaux produits AOC (Reblochon, 1958, et Beaufort, 1968), avec des référentiels communs bien marqués : lait cru, absence d'aliments fermentés, races locales, autonomie fourragère et pâturage. Initiés par l'amont, les projets d'appellation vont donc orienter la trajectoire productive des bassins laitiers savoyards et les ressources qui y sont liées, comme en témoignent les coopérations entre les syndicats AOC et l'INRA dans les années 1970 : *"Il fallait mieux comprendre les mécanismes à l'œuvre au niveau de la technologie fromagère pour mieux les maîtriser. Il fallait savoir jusqu'où on pouvait aller pour ne pas perdre la qualité du produit. Les gens du Beaufort ont été ouverts à toutes les technologies. On a tout essayé : le transport du lait, la pasteurisation, la non-transformation du lait pendant le week-end, le stockage du lait. Ce n'est pas le côté pratique qui a prévalu, mais bien la recherche de la qualité"*<sup>334</sup>. La mise au point de la machine à traire en 1974 s'inscrit dans cette perspective de sauvegarde des alpages, à tel point qu'une manifestation spécifique lui a été consacrée en 2004 pour fêter ses trente ans d'existence : *"Ça a changé, avant, c'était la traite manuelle. On ne trouvait plus de gens qui savaient traire. Ça a sauvé les alpages. Il y a eu un renversement de tendance. Aujourd'hui, il y en a beaucoup qui ne vivent que dans l'attente des trois mois d'alpage"*<sup>335</sup>. Enfin, l'interdiction rapide du recours à l'ensilage ne renvoie pas à l'époque à des préoccupations d'image, mais à des contraintes productives et technologiques spécifiques : *"Dans tous les secteurs où il y a un historique de pâte pressée cuite, il n'y a pas d'ensilage. L'ennemi juré d'un gruyère, ce sont les fermentations butyriques, et l'ensilage est assez fort pour la porter"*<sup>336</sup>.

<sup>331</sup> Un producteur de lait de Haute-Savoie.

<sup>332</sup> Un technicien de la FDCL de Savoie.

<sup>333</sup> Un responsable de fromagerie en Savoie.

<sup>334</sup> Une responsable du Syndicat de Défense du Beaufort.

<sup>335</sup> Un producteur de lait de la zone Beaufort.

<sup>336</sup> Un technicien de fromagerie en Haute-Savoie.



L'expérience accumulée par les acteurs du Reblochon et du Beaufort (démarche AOC, gestion du produit, construction du cahier des charges, appuis institutionnels...) va ensuite profiter aux AOC plus récentes (Abondance, 1990 ; Chevrotin et Tome des Bauges, 2002) :

- *"Le Beaufort et le Reblochon nous ont dit ce qu'ils avaient dans leur décret, et de faire attention à telle et telle chose qui ne sont pas facile à gérer. Le cahier des charges est inspiré de ce qui nous entoure et adapté aux Bauges"*<sup>337</sup>,
- *"il n'y aurait pas eu le tissu des appellations d'origine qui existaient déjà, cela aurait été peut-être encore plus difficile. Ici, on sait ce que c'est qu'une appellation, on sait ce que cela implique. On a des témoins importants de la réussite, et des interlocuteurs locaux qui avaient déjà l'expérience, qui nous ont conseillés et qui ont pu nous défendre au CNPL"*<sup>338</sup>.

Reprise ici par un interlocuteur, cette notion de "tissu AOC" illustre bien la place prépondérante des appellations dans la trajectoire productive des Savoies, qui la différencie de son environnement, et notamment des filières auvergnates. Le référentiel qualitatif construit par les AOC touche également les produits IGP Tomme de Savoie et Emmental de Savoie, qui s'interrogent de plus en plus sur leur lien au terroir. A terme, c'est l'ensemble de la production laitière des deux départements qui est concerné : *"Dans l'absolu, toute filière désireuse d'obtenir un signe de qualité devra se positionner par rapport à ces impératifs. Et ça va même plus loin : tout fromage qui voudra bénéficier de moyens de promotion devra respecter ça. Les troupeaux en Holstein ont le droit de continuer à exister à condition qu'ils ne s'agrandissent pas et que d'autres troupeaux ne soient pas montés"*<sup>339</sup>.

En termes de construction de ressources, les Savoies apparaissent donc comme un pôle de compétences bien identifié, aussi bien pour la transformation fromagère que pour la production laitière. La fabrication de fromage demeure en effet une tradition savoyarde ancienne : *"Les agriculteurs savoyards ont toujours produit du lait pour faire du fromage"*<sup>340</sup>. La proximité de la Suisse est un facteur d'explication essentiel, notamment pour la Haute-Savoie. Les fromagers helvétiques possédaient en effet un savoir-faire fromager important (gruyère, emmental), et ont été sollicités par les agriculteurs savoyards pour venir fabriquer de l'emmental dans un premier temps, puis du Reblochon ensuite : *"A partir des années 1880, Les agriculteurs ont décidé d'embaucher des fromagers suisses. Aujourd'hui encore, tous ces fromagers, y compris Chabert, ont des origines suisses"*. Les importants besoins en lait ont très vite amené les producteurs à se regrouper en coopératives, autre tradition savoyarde, afin de fournir les quantités suffisantes. En amont, la compétence fourragère, qui semble faire tant défaut aux producteurs normands, est ici particulièrement prégnante. La bonne valorisation du lait a en effet permis aux éleveurs d'investir dans du matériel spécifiquement adapté à la fauche et la récolte du foin dans des reliefs difficiles. Promus par les chambres d'agriculture, les dispositifs de séchage en grange concernent aujourd'hui plus d'une exploitation sur deux en Haute-Savoie<sup>341</sup>, et permettent un meilleur étalement de la production laitière sur l'année. Là encore, la proximité suisse a été déterminante : *"Les innovations techniques sont apparues dans les années 60, notamment le matériel suisse, les tracteurs à quatre roues motrices par*

<sup>337</sup> Une responsable du Syndicat Interprofessionnel de la Tome des Bauges.

<sup>338</sup> Un responsable du Syndicat Interprofessionnel du Chevrotin AOC.

<sup>339</sup> Un responsable de la CDA de Haute-Savoie. A noter que les Savoies se rapprochent ici du modèle des AOC fromagères suisses, où l'obtention du signe est subordonnée à des règles préalables (lait cru, pas d'ensilage, pâturage).

<sup>340</sup> Un producteur de lait de Haute-Savoie.

<sup>341</sup> Source : Syndicat Interprofessionnel du Reblochon, CDA de Haute-Savoie.

*exemple. Le séchage, ça a démarré dans les années 70, on s'est un peu basé sur le modèle suisse. Ils s'étaient penchés sur le problème bien avant nous. Et on a énormément de stagiaires de Bretagne, de Normandie qui viennent et qui commencent à s'intéresser à ça*<sup>342</sup>.

Du fait de la présence importante de petites structures et du caractère traditionnel des pratiques, la technicité des élevages savoyards et hauts-savoyards est loin d'être aussi poussée que dans le bassin de Roquefort. En revanche, la place des AOC y apparaît beaucoup plus centrale, dans la mesure où les ressources produites sont directement liées aux règles induites par les cahiers des charges. Il convient maintenant d'évoquer plus en détail les différents acteurs qui composent le système productif laitier savoyard.

#### **4.3. Les acteurs qui composent le système : interconnexions avec d'autres bassins et renforcement de la spécification de ressources**

Dans le fonctionnement des bassins laitiers savoyards, les syndicats d'appellation jouent un rôle central. De par leur ampleur, le Syndicat Interprofessionnel du Reblochon (17 000 tonnes) et le Syndicat de Défense du Beaufort (4 400 tonnes) possèdent des services techniques spécifiques qui leur confèrent une certaine autonomie, renforcée par la taille limitée des entreprises de transformation.

Pour des raisons historiques, le service technique du SIR concerne exclusivement la transformation, il n'y a donc pas d'intervention auprès des producteurs de lait, mais uniquement auprès des producteurs fermiers et des transformateurs qui le désirent : *"On s'occupe du lait à partir du moment où il est dans la cuve, y compris chez les producteurs fermiers. On ne peut pas être spécialiste de tout. Si on trouve un problème dans le lait, on renvoie aux services compétents"*<sup>343</sup>. On n'observe pas comme pour Roquefort de service élevage internalisé au niveau du SIR, car ces services existaient dans le département avant la création du syndicat. L'activité du service technique se limite donc au suivi sanitaire et bactériologique des laits et des fromages (germes pathogènes), ainsi qu'aux analyses liées à la fabrication. Le syndicat suit ainsi plus de la moitié des producteurs fermiers de la filière, les autres faisant appel à la Coopérative de Thônes. A noter que les éleveurs caprins du Chevrotin bénéficient également des prestations du SIR. Au début des années 2000, la filière s'est dotée d'une structure supplémentaire – "Sirflore" – dont le but est de fabriquer des ferments spécifiques au Reblochon et de les commercialiser auprès des adhérents, indépendamment des souches polyvalentes industrielles. Cette particularité résulte de travaux amorcés à la fin des années 1980 destinés à mieux connaître le comportement du Reblochon sur des planches d'affinage en bois : *"On a été mis dos au mur par les normes européennes, qui ne veulent pas de produits poreux, qui sont considérés comme dangereux car ils peuvent être colonisés par des germes néfastes. Ce que l'on a voulu retrouver dans le bois, c'est un auxiliaire technologique, porteur de flore particulière différente d'une ferme à l'autre. On considère que c'est un des éléments qui fait la spécificité d'une AOC"*. Le SIR participe donc dans cette recherche de "typicité bactériologique", qui intéresse aujourd'hui de plus en plus d'AOC fromagères en France. Dans la filière Beaufort, l'appui technique est assuré par l'Union des Producteurs de Beaufort (UPB). Créé par les coopératives en 1965, ce service leur est d'abord réservé, mais travaille également avec une bonne partie des producteurs individuels et des groupements pastoraux. Les entreprises privées – notamment Entremont – mobilisent leur propre service technique. Les interventions concernent tous les aspects de la transformation,

---

<sup>342</sup> Un producteur de lait de Haute-Savoie.

<sup>343</sup> Un responsable du service technique du SIR.



mais face à des professionnels de mieux en mieux formés, les réflexions se portent de plus en plus vers l'affinage, où les connaissances sont encore majoritairement empiriques.

Le processus de construction de ressources est lui aussi fortement imprégné de la tradition de coopération. L'extrême diversité des filières n'a pas empêché la mise en commun de moyens, y compris au niveau technique. Les acteurs sont ainsi parvenus à mettre en place un cahier des charges commun sur les concentrés autorisés. Symbolisée par AFTALP<sup>344</sup>, cette coopération trouve ses origines dans le SUACI (Service d'Utilité Agricole à Compétence Interdépartementale) "Montagne Alpes du Nord". Créée à la fin des années 1970, cette structure a joué un rôle déterminant dans la construction institutionnelle de certaines filières AOC, et dans leur fédération autour de projets communs. Le SUACI a ainsi activement participé aux démarches de l'Abondance, de la Tome des Bauges et du Chevrotin : *"Notre logique est de dire qu'on n'a pas vocation à intervenir durablement sur de la gestion de projets. Notre objectif, c'est d'aider les gens à voler de leurs propres ailes"*<sup>345</sup>. Le SUACI assure également le fonctionnement administratif du Groupement d'Intérêt Scientifique Alpes du Nord (GIS). Mis en place à l'échelle nationale en 1983, les GIS ont vocation à financer et mener des travaux de recherche sur des domaines variés, en associant des laboratoires et des structures professionnelles. Issu au départ des relations privilégiées entre syndicat du Beaufort et INRA, le GIS Alpes du Nord signe sa première convention en 1985 afin de réaliser des actions de R&D sur l'agriculture de montagne (Savoie, Haute-Savoie et Isère). Les partenaires qui composent ce groupement (chambres départementales et régionales, SUACI, AFTALP, conseil généraux, organismes de recherche) travaillent sur le lien entre qualité des produits et conditions d'élevage, mais s'intéressent également aux dimensions économiques et culturelles. Les différents programmes mis en œuvre ont permis à la structure d'acquérir une certaine expérience en la matière, qui profite à l'ensemble des professionnels des filières concernées.

Parmi les organismes impliqués dans le GIS Alpes du Nord, l'Institut Technique Français des Fromages (ITFF) figure comme un interlocuteur privilégié des filières AOC savoyardes dans la construction de connaissances spécifiques. Créée en 1967 à l'initiative des interprofessions de l'Emmental, du Comté et du Beaufort<sup>346</sup>, cette structure avait vocation à l'amélioration de la qualité des produits au sein des fromageries, confrontées à des problèmes de fabrication. Équipé au départ de locaux à La Roche Sur Foron (Haute-Savoie) et près de Besançon (Doubs), l'ITFF crée par la suite une unité à Rennes, suite au développement de l'Emmental en Bretagne. L'activité de l'ITFF est fondée sur le contrôle, l'appui technique et la R&D. L'organisation fait aujourd'hui office de référence nationale en matière de technologie fromagère, étant donné qu'il n'existe aucune structure équivalente pour d'autres types de fromages : *"Souvent, l'appui technique est assuré par des entreprises privées ou des services de la chambre. Nous, on se situe au milieu de tout ça, on a vraiment une place un peu à part puisqu'on reste convaincu que la fromagerie c'est un milieu complexe. Pour faire de la fromagerie, il faut connaître son métier, de la sortie du lait du pis de la vache jusqu'à l'assiette du consommateur"*<sup>347</sup>. L'autre particularité de l'ITFF réside dans le fait qu'elle travaille essentiellement avec des filières : *"C'est beaucoup plus riche de pouvoir travailler pour une filière parce qu'on peut rencontrer l'ensemble des acteurs et toucher l'ensemble des problèmes. Ça permet de construire dans le temps les choses. C'est toujours plus payant que de vouloir travailler avec une entreprise privée sur un point particulier"*.

---

<sup>344</sup> Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes.

<sup>345</sup> Un technicien du SUACI Montagne.

<sup>346</sup> L'ITFF s'appelait au départ l'ITG : Institut Technique du Gruyère. Le changement d'appellation a eu lieu en 2000 afin de rendre compte de la diversification des activités de la structure (pâtes persillées, pâtes molles...).

<sup>347</sup> Un responsable de l'ITFF.

En termes de temps de travail, les filières AOC savoyardes représentent environ un quart des activités du site de La Roche Sur Foron<sup>348</sup>. Impliqué dès le départ, le syndicat du Beaufort sous-traite le contrôle qualité auprès de l'ITFF, qui assure également le suivi technique des entreprises privées de la filière. Les recherches menées par la filière Reblochon sur les bactéries lactiques bénéficient de l'appui de l'ITFF. Il est d'ailleurs intéressant de noter que dans les années 1980, le service technique du syndicat était intégralement pris en charge par l'ITFF. C'est avec l'important développement commercial du Reblochon que les responsables de la filière ont éprouvé le besoin de prendre en main la gestion de la partie technique : *"Un jour, ils ont souhaité reprendre leur indépendance. Ils trouvaient qu'on était trop loin. C'est un problème du Reblochon, si vous n'êtes pas à Thônes, vous ne pouvez pas vous occuper du Reblochon. Aujourd'hui, ça leur permet d'avoir quelque chose de mieux ciblé, mais je pense qu'ils perdent en compétences, parce que le fait d'avoir une ouverture sur plusieurs produits, ça permet d'élargir, de savoir ce qui se fait ailleurs"*<sup>349</sup>. La collaboration est en revanche beaucoup plus poussée avec l'Abondance, qui sous-traite l'intégralité de l'appui technique à l'ITFF : *"On est réellement le service technique de l'Abondance. On conduit les actions de recherche et développement pour eux, et on anime un comité technique"*. Le Syndicat Interprofessionnel du Fromage d'Abondance est d'ailleurs entré au conseil d'administration de l'ITFF en 2001.

A l'inverse, les relations avec les deux autres syndicats AOC apparaissent beaucoup moins fréquentes, en particulier avec la Tome des Bauges : *"On a une image qui gêne un peu les gens. On a l'Emmental qui est derrière nous très fort. L'Emmental est aujourd'hui un produit très industriel. On a une image de gens portés sur des fabrications fromagères plutôt modernes, de type industriel, grand groupe. C'est l'exemple même du syndicat de la Tome des Bauges qui pense que l'ITFF ne travaille que pour les industriels. Ils trouvent qu'on ne colle pas bien à l'image de leur produit. C'est aussi lié au fait qu'on est très impliqué avec la Tomme de Savoie, et il y a une rivalité entre les deux"*. L'ITFF s'avère complémentaire du GIS Alpes du Nord, il s'intéresse à l'aval de la filière (technologie laitière), le GIS étant davantage centré sur des préoccupations d'amont : *"Le GIS, c'est une éminence grise, ils ne disposent pas de matériel, alors que nous, on dispose de labos. Ce sont des acteurs importants, ils travaillent beaucoup sur des problèmes de fond. Leurs travaux n'ont pas de retombées immédiates, mais ça permet d'essayer de comprendre le produit, le lien au terroir, les différences, les spécificités. Ils raccrochent bien le fromage à son ancrage territorial"*.

Le pôle laitier savoyard est également renforcé par la présence de l'ENILV<sup>350</sup> de La Roche Sur Foron (Haute-Savoie). Toutefois, si l'ITFF apparaît comme un partenaire incontournable des produits d'appellation, l'ENILV ne peut revendiquer ce statut. L'analyse de sa trajectoire met en effet en évidence son relatif isolement vis-à-vis des filières, en dépit d'un rapprochement au cours des dernières années. Née dans les années 1930, l'ENILV résulte de la volonté des agriculteurs hauts-savoyards de former eux-mêmes des fromagers sans faire appel au savoir-faire suisse. La fromagerie de La Roche Sur Foron devient donc un lieu de formation dédié à l'emmental et au gruyère, elle prend le statut d'ENIL dans les années 1960 : *"Depuis toujours, l'école a une la culture de la transformation. On est un lycée agricole de transformation, et pas de production. Très peu de jeunes s'installent après être passés par La Roche. Dans les entreprises régionales, la présence d'anciens élèves des ENIL est écrasante, mêmes s'ils peuvent venir de Poligny (NDLR : Jura). Dans la période 1960-80, ça a vraiment été le passage obligé pour être agent de maîtrise dans une entreprise de transformation. Ça a*

<sup>348</sup> L'ITFF de La Roche Sur Foron travaille prioritairement sur la Tomme et l'Emmental de Savoie.

<sup>349</sup> Un responsable de l'ITFF.

<sup>350</sup> Ecole Nationale d'Industrie du Lait et des Viandes.

*changé un peu parce que les ENIL n'ont pas su répondre en entier à la demande de la profession, qui est allé chercher ailleurs dans des formations généralistes*"<sup>351</sup>.

Au fur et à mesure de son développement, l'école semble s'être peu à peu éloignée de son territoire local et des préoccupations des acteurs des filières. Fait révélateur de cet éloignement, l'ENILV a longtemps travaillé avec du lait pasteurisé à ensilage pour fabriquer notamment de l'emmental : *"Ce qui était mettre un sacré coup de pied dans la filière savoyarde. Ca, ça nous a coûté très cher en termes d'image à une époque. Et puis on faisait du Brie aussi, du Brie de Savoie, ce qui était très fort, il se vendait très bien au passage. Les anciens dirigeants étaient peu impliqués dans la profession agricole. Nous, on faisait ce qui était noble, on fabriquait, les paysans, c'étaient les péquenots. Donc, il y avait un peu d'arrogance"*. La réorientation stratégique de l'école est relativement récente, avec d'une part le passage au lait cru en 2000, et d'autre part le choix, depuis 2003, de fabriquer uniquement des produits savoyards sous signe de qualité : *"Autant de signes forts pour prouver qu'on était bien dans la filière savoyarde"*. Le désengagement progressif de l'Etat a également contraint les ENIL à s'inscrire davantage dans le tissu local : *"A un moment donné, on a pu faire croire qu'on était une entreprise, et non plus un centre de formation. Chez nous, on est en train de faire notre révolution, on a bien repositionné notre métier, c'est former des élèves, ce n'est pas faire des fromages. On a été vendeur de fromages avant d'être école. On ne peut plus avancer seul, on doit créer des partenariats"*. Ainsi, l'ENILV entend s'affirmer aujourd'hui comme l'outil de formation à part entière de la filière laitière savoyarde. Ce réancrage se manifeste notamment dans le contenu des formations, qui intègrent désormais un certain nombre d'enjeux liés aux AOC (cadre juridique, construction d'un cahier des charges, différenciation par la qualité...). Des liens ont également été établis avec les universités de la région (DESS "Produits de Terroir" au sein de l'Université de Lyon). Enfin, l'ENILV a élargi son activité en participant à la "Route des Fromages", une démarche touristique mettant en scène les unités de transformation des filières AOC : *"C'est bien que l'ENILV fasse partie de la Route des Fromages. Aujourd'hui, ils ont une formation qui est très axée tout fromages. Quelque part, faire une route des fromages, c'était les réintégrer. C'est réintégrer dans l'enseignement des valeurs qui sont plus proches de nous"*<sup>352</sup>.

La proximité géographique entre l'ENILV et l'ITFF (les deux structures sont voisines) fait du secteur de La Roche un "haut lieu" de l'activité fromagère savoyarde, renforcé par la présence de la Société Fromagère d'Eteaux, un intervenant important sur le Reblochon. Un renforcement des partenariats entre les deux structures semble d'ailleurs à l'œuvre depuis quelques années, comme en témoigne l'arrivée du directeur de l'ITFF à la présidence du conseil d'administration de l'école en 2001 : *"Politiquement ça se réaffirme, c'est plus délicat à mettre en œuvre. Mais il y a la nécessité aujourd'hui de travailler ensemble. Ça n'a pas été le cas à une époque. Il faut trouver des opportunités pour travailler ensemble"*<sup>353</sup>. Malgré des rapports parfois concurrents, le contexte actuel semble propice à un partenariat. L'ENILV souhaite renforcer ses coopérations locales, tandis que l'ITFF doit diversifier au maximum ses compétences et "sortir" de son activité première : les pâtes pressées.

---

<sup>351</sup> Un responsable de l'ENILV de La Roche Sur Foron.

<sup>352</sup> Un producteur de lait en Savoie.

<sup>353</sup> Un responsable de l'ENILV de La Roche Sur Foron.

#### 4.4. Le système productif savoyard : des ressources d'abord fondées sur la production et la transformation

Les AOC fromagères savoyardes sont donc insérées dans un système productif fondé sur de solides connaissances sur la qualité et la typicité des produits, en liaison avec l'élevage, et sur la technologie fromagère (pâtes pressées essentiellement). Les ressources générées apparaissent donc fortement spécifiques et participent à la différenciation de la région vis-à-vis d'autres bassins. Souvent citées en exemple pour ce qui est de la réussite commerciale des fromages et de la valorisation du lait, les Savoies doivent ce succès entre autres à ces coopérations fortes, anciennes et ouvertes sur l'extérieur<sup>354</sup>. A la différence de la Basse-Normandie, où les appellations évoluent dans un pôle technique pour l'instant peu propice à leur développement, les Savoies se caractérisent à l'inverse par une adéquation quasi-intégrale entre la trajectoire des bassins de production et la construction de ressources liées à la typicité des produits. Les nombreux travaux menés au sein du GIS Alpes du Nord ont notamment permis de mieux caractériser le lien entre l'alimentation des animaux, la race, et la qualité des produits<sup>355</sup> : *"La végétation marque les produits, c'est une avancée importante. Le lien produit – terroir existe aussi bien dans les fromages que dans les vins. Mais ce lien ne s'exprime pas forcément, il faut des conditions. Il faut que les pratiques permettent de l'exprimer, il ne suffit pas d'être dans une zone. L'effet de la race, c'est plus marginal chez nous, ça peut jouer sur les rendements, l'arôme"*<sup>356</sup>. Les réflexions sur le lait cru renvoient aussi à des enjeux importants. Les efforts qualitatifs pour réduire les risques bactériologiques ont contribué à un appauvrissement des laits : *"Il faut travailler avec les transformateurs, afin de savoir comment se travaille un lait cru vivant. On aimerait leur apprendre à gérer les risques"*.

Ces éléments montrent que le pôle AOC savoyard fait figure de référence pour ce qui concerne les connaissances sur la typicité des fromages montagnards. L'analyse des acteurs qui composent ce pôle fait apparaître une échelle d'action plus vaste (l'Est Central), dans laquelle ce pôle entretient des relations privilégiées avec les filières AOC Comté Bleu de Gex et Mont d'Or, elles-mêmes structurées en un pôle relativement bien identifié autour de Poligny<sup>357</sup>. L'adhésion de ces syndicats à la FNAOC ne fait que renforcer cette proximité.

La trajectoire suivie par le système productif savoyard pose néanmoins des questions importantes en termes de développement. Comme pour le pôle roquefortais, la spécificité du processus de construction de ressources est importante. Toutefois, à la différence de celui-ci, cette spécificité est fondée en premier lieu sur les appellations, et non pas sur une activité particulière. Le problème du redéploiement de ces ressources se pose également, mais dans une perspective différente. D'abord, nous avons vu que la production laitière apparaissait comme marginale dans l'activité globale des Savoies. Une crise ne signifierait donc pas une remise en cause de la santé économique des deux départements. Ensuite, les productions fromagères sont davantage diversifiées qu'à Roquefort, où la valorisation du lait est en grande partie liée à un seul produit. Enfin, et même si cette ressource n'est encore que peu exploitée,

---

<sup>354</sup> Notamment à travers le rayon d'action de l'ITFF, mais aussi les liens avec le Pôle Fromager AOC d'Aurillac.

<sup>355</sup> Voir à ce sujet l'ouvrage coordonné par C. Régnauld (2004), *Caractéristiques sensorielles des fromages, quelles influences des conditions de production du lait ?*

<sup>356</sup> Une responsable du GIS Alpes du Nord.

<sup>357</sup> ITFF, Laboratoire Départemental d'Analyse du Jura, INAO, INRA, Centre d'Etudes et de Contrôles des Analyses en Industrie Laitière, FDCL du Jura, Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté, Comité Technique du Comté, ENIL de Poligny. Mis en place par la Communauté de Communes de Grimont (Jura), l'Agence pour le Développement Agroalimentaire communie autour de ce "pôle de compétences scientifiques et techniques rayonnant sur la France, l'Europe et le Monde". Voir le site [www.agroalim.com](http://www.agroalim.com).

la très forte fréquentation touristique constitue pour les filières un outil de diversification et de "désectorialisation" de leur activité non négligeable (notoriété, consommation).

Nous l'avons dit, les facteurs de fragilité du système productif savoyard sont à rechercher dans le caractère encore traditionnel des structures d'exploitation. De l'avis de nombreux acteurs, la baisse du prix du lait dans les années à venir devrait contribuer à la poursuite de la restructuration, même si l'absence d'alternative constitue un atout pour la production. La densité laitière est encore importante, des problèmes d'occupation de l'espace pourraient survenir, aggravés en cela par une pression foncière toujours plus importante au fil des années. Enfin, les entretiens font état d'une lacune en termes de compétence commerciale. Pour beaucoup d'interlocuteurs rencontrés, l'absence, jusqu'à une période récente, de groupes industriels de dimension nationale a constitué un motif de fierté par rapport aux autres régions fromagères (Basse-Normandie, Massif Central). Dans les Savoies plus qu'ailleurs, l'arrivée de grandes entreprises est presque toujours perçue de manière négative :

- *"Le jour où vous êtes entre les mains des groupes industriels, c'est terminé, vous n'avez plus la marge de manœuvre nécessaire"*<sup>358</sup>,
- *"nous on a encore l'essentiel des opérateurs qui sont des petites entreprises avec un ancrage local et une culture fromagère de tradition. Dans le Massif Central, les groupes industriels, ils s'en foutent du local"*<sup>359</sup>.

Le rachat en 1991 de la Société Fromagère d'Eteaux par Lactalis est révélateur de cette représentation. En quelques années, la fromagerie est passée de 50 à 20 millions de litres de lait traité : *"C'était pour des raisons éthiques, pas économiques. Les gens ne voulaient pas travailler avec le grand méchant loup. On a perdu tous les ans, à chaque négociation annuelle, même s'ils étaient mieux payés chez nous"*<sup>360</sup>. Néanmoins, la relative absence d'acteurs industriels a laissé les acteurs savoyards démunis face aux évolutions de la GMS. Leur vision du marché a donc été pendant longtemps centrée sur l'offre, comme en témoignent les différentes mesures prises par les FDCL pour limiter la baisse du prix du lait : *"La rareté à un moment donné, c'est un argument de vente. C'est une loi du marché qui ne se dément pas, il n'y a qu'à voir l'exemple du pétrole"*<sup>361</sup>. Valable dans un contexte de croissance, cette vision apparaît moins fondée aujourd'hui : *"Ils pensent qu'en régulant l'offre, ils régulent le marché. Jusqu'à aujourd'hui ça a marché, parce qu'ils ont eu une demande en forte progression, poussée par la GMS. Après, vouloir limiter la production, faire des dégagements de lait, gérer les quotas fermiers, on croit qu'on va créer le besoin pour réenclencher"*<sup>362</sup>.

A l'image du Reblochon (7 000 tonnes en 1985, 17 000 aujourd'hui), la très forte croissance des volumes de fromages savoyards au cours des vingt dernières années n'a été soutenue par aucune campagne particulière. Conjugée à la forte fréquentation touristique et aux retombées des Jeux Olympiques d'Albertville de 1992, la notoriété des produits s'est suffie à elle-même. Ainsi, en comparaison avec des AOC comme le Comté ou le Roquefort qui communiquent depuis longtemps, notamment à la télévision, les fromages savoyards souffrent d'un déficit d'image : *"On a un problème de présence à l'esprit. Ce sont des produits de forte notoriété, mais sur lesquels on a peu communiqué. Les PME n'ont jamais mis de moyens sur la communication. Au bout d'un moment, le consommateur a en tête les fromages*

<sup>358</sup> Un producteur de lait de Haute-Savoie.

<sup>359</sup> Un responsable de la CDA de Savoie.

<sup>360</sup> Un responsable du groupe Lactalis.

<sup>361</sup> Un responsable du Syndicat Interprofessionnel du Reblochon.

<sup>362</sup> Une responsable du SUACI montagne.

*qu'on a martelés, et les fromages de Savoie, il les connaît, mais il n'y pense pas". A l'exception du Beaufort, dont la gamme se décline en différentes qualités selon le mode de fabrication (Beaufort d'hiver, Beaufort d'été, Beaufort "chalet alpage"), les autres fromages savoyards se caractérisent par une offre peu lisible : "C'est difficile de proposer 17 000 tonnes totalement homogènes sur les quelles les gens ne comprennent pas, excepté le clivage laitier / fermier. On a une proportion de consommateurs de plus en plus importante auxquels on ne peut pas répondre. Les études montrent qu'il y a trois types de consommateurs : ceux pour le produit à tartiflette avec une qualité "standard", ceux pour le produit familial et consensuel et ceux pour le produit noble haut de gamme. Il faudrait avoir une gradation en fonction de ces attentes par la durée d'affinage et le mode de fabrication"*<sup>363</sup>. Les difficultés commerciales éprouvées au cours des dernières années ont incité les acteurs des filières à mettre en place des campagnes de grande envergure. La création en 1995 de "l'Observatoire des Fromages Savoyards" au sein du GIS Alpes du Nord a également pour but de combler cette lacune. Cet observatoire a pour mission de suivre l'évolution des marchés pour le compte des entreprises des filières, trop petites pour avoir accès à ces informations à l'échelle individuelle, et d'assurer un conseil auprès des syndicats en ce qui concerne les stratégies de communication et de marketing. Afin de sensibiliser la grande distribution aux spécificités des fromages savoyards, l'ENILV a mis en place, en liaison avec AFTALP, une formation spécifique destinée aux crémiers des grandes surfaces, leur permettant de découvrir la fabrication et les conditions de conservation des fromages : *"C'est à travers ça qu'on arrive à communiquer et à se comprendre. Le but c'est de pouvoir les rencontrer directement. Il faut les informer sur le fait que ce sont des signes de qualité, tous fabriqués dans la région, les informer sur des conditions de production, pour qu'ils comprennent les niveaux de prix"*<sup>364</sup>.

Les dernières évolutions du système productif savoyard font donc état de l'acquisition progressive de cette compétence commerciale. Dans ce contexte, le rachat par Lactalis de l'entreprise Pochat et par conséquent de la Société Laitière des Hauts de Savoie (SLHS) – qui va permettre au groupe lavallois de représenter la moitié des litrages des deux départements – constitue un événement majeur dans le paysage local et pourrait venir bouleverser la trajectoire du bassin laitier dans son ensemble.

Au terme de ces quatre monographies, l'explicitation des trajectoires productives des pôles AOC illustre la grande diversité des dynamiques à l'œuvre et met en évidence la nature des ressources spécifiques (compétences, connaissances, savoir-faire...) liées à chacun d'entre eux. Ces ressources sont autant de facteurs de développement potentiels pour les territoires, et pas seulement pour la production laitière, dans la mesure où elles s'inscrivent souvent dans des registres plus larges que l'activité agricole et agroalimentaire.

Du point de vue de la pérennité des filières AOC, plusieurs enseignements peuvent être tirés de ces monographies. Assez logiquement, on retrouve les critères quantitatifs habituels, tels que la maîtrise des coûts de production et la technicité des éleveurs, celle-ci pouvant prendre des formes différentes et concerner la production laitière ou la gestion fourragère. Ensuite, l'ampleur de l'activité apparaît déterminante. Les pôles a priori les plus "solides" sont ceux qui ont atteint une taille critique suffisante permettant de mieux résister aux évolutions extérieures. Cette taille induit en effet des services plus conséquents (recherche, développement, intrants), mais aussi des représentations spécifiques chez les acteurs, qui paraissent d'autant plus attachés à leur activité que celle-ci est importante. C'est pour cette raison que le Centre se caractérise par un tissu productif relativement fragile, sans

---

<sup>363</sup> Une responsable de l'Observatoire des fromages de Savoie.

<sup>364</sup> Un producteur de lait de Haute-Savoie.

nier pour autant l'attachement des éleveurs caprins à leur métier. Le Centre souffre également d'un autre handicap : celui de l'absence de cohérence de l'activité caprine à l'échelle régionale, tant au niveau des bassins de production, mus par des logiques divergentes, qu'à celui des instances dirigeantes, peu enclines à la concertation. Cette hétérogénéité empêche la mutualisation des moyens au sein des filières AOC. La place des produits d'appellation dans les bassins de production est un autre facteur déterminant. Si les AOC ont une importance trop faible, on peut alors assister à un décalage entre la production d'appellation et la production générique, comme c'est le cas en Basse-Normandie, où les produits évoluent dans un contexte peu favorable à leur qualification, comme en témoignent les difficultés de refonte des cahiers des charges, toujours inscrites dans un registre antagoniste vis-à-vis du bassin laitier régional. La recherche de convergence entre les AOC et le tissu productif est donc un enjeu central. Les Savoies se caractérisent ainsi par une forte adéquation entre les produits et les acteurs de la R&D et de la formation à l'échelle régionale. En dépit de ces disparités, la capacité des AOC à générer des ressources spécifiques est incontestable, même si parfois, la spécificité de l'activité est en cause (lait de chèvre et de brebis). Les analyses révèlent malgré tout la fragilité induite par une trajectoire de spécification trop poussée, comme à Roquefort, où il semble difficile de trouver des solutions alternatives si le produit phare venait à connaître une crise durable. La trajectoire du pôle bas-normand fait ainsi apparaître un système mieux armé, davantage "réversible" dans les choix qui pourront être faits à l'avenir.

Au-delà des analyses à caractère monographique, il apparaît maintenant nécessaire de confronter ces trajectoires afin de faire émerger un certain nombre d'indicateurs rendant compte des processus de développement à l'œuvre et de la place occupée par les AOC. La construction de ces indicateurs doit également nous permettre de questionner la notion de système productif localisé en tant que grille d'analyse du développement territorial.

## **5. La confrontation des trajectoires pour construire une grille d'analyse du processus de spécification des ressources liées à l'activité productive**

Fondées sur une approche historique, les quatre trajectoires que nous venons d'explicitier permettent d'identifier des indicateurs ayant vocation à s'appliquer à d'autres systèmes productifs AOC, fromagers ou non, voire à d'autres signes de qualité. Ces indicateurs s'organisent autour de plusieurs thèmes qu'il convient d'explicitier.

L'un des postulats qui fonde la recherche est que l'analyse d'une filière AOC – ou d'un ensemble de filières – ne peut se faire sans prendre en considération la production laitière et fromagère régionale. Il convient donc de caractériser dans un premier temps l'environnement productif dans lequel évoluent les AOC. Il s'agit également de montrer que le caractère spécifique des ressources s'évalue en effet toujours par rapport à un référentiel "générique". A noter que la réflexion ne se cantonne pas ici aux dimensions agricoles et agroalimentaires, mais intègre des aspects plus larges, notamment démographiques, décisifs dans le renouvellement des bassins. Ensuite, deux thématiques se dégagent des entretiens : la formation et la R&D, deux domaines déterminants dans la production de connaissances spécifiques, et donc dans la reproduction des systèmes AOC. La formation est fortement liée aux caractéristiques du bassin de production. Il s'est donc agi d'identifier et de caractériser les acteurs forts, et d'analyser leurs liens avec les acteurs des filières. La démarche est similaire pour la R&D, avec le souci d'appréhender l'articulation entre les recherches "génériques" et les recherches spécifiquement dédiées aux AOC. L'identification d'indicateurs relatifs à ces deux aspects permet de proposer des indicateurs plus généraux, inhérents à la production de

ressources spécifiques. C'est donc à la nature même des ressources que l'on s'intéresse : quelles sont-elles ? Quel est leur degré de spécificité ? Quelles sont les stratégies mises en place pour les diffuser ? Enfin, quel rôle jouent les AOC dans ces processus ?

L'analyse permet enfin de construire des indicateurs caractérisant le processus de développement lui-même, et d'en identifier les grandes dynamiques. Il nous semble que l'un des enseignements que l'on peut tirer d'un tel travail réside dans la confirmation de l'unicité des trajectoires de développement. La confrontation des quatre terrains d'étude fait apparaître le caractère construit de chaque système productif, résultant d'un processus d'accumulation. La dimension aléatoire et contingente de chaque trajectoire est également fondamentale : les caractéristiques d'un système industriel renvoient à des moments clés, des décisions prises parfois plusieurs décennies auparavant. Il convient donc de souligner l'absence d'un "one best way" dans le processus de développement<sup>365</sup>. Nous avons en effet vu que loin de constituer une voie idéale, la spécification comportait des éléments latents de fragilité. Si elle ouvre des perspectives incontestables, la recherche de différenciation contribue également à "fermer des portes" dans la résolution d'un problème productif et dans la pérennité d'une activité.

### 5.1. L'environnement productif des pôles AOC

Ce premier tableau a vocation à caractériser le cadre dans lequel évoluent les AOC. Les indicateurs font état de situations extrêmement contrastées qui conditionnent le processus de construction de ressources, et posent la question du renouvellement de ces bassins. La place des AOC au sein de chaque ensemble apparaît elle aussi variable. La Basse-Normandie se distingue en outre par son décalage entre bassin AOC et bassin générique.

**Tableau 21 : les AOC dans leur environnement productif – approche comparative**

	<b>Basse-Normandie</b>	<b>Centre</b>	<b>Sud-Aveyron</b>	<b>Savoies</b>
<b>Densité laitière</b>	Très forte	Faible	Très forte	Forte
<b>Tradition d'élevage et de transformation laitière</b>	Tradition forte et ancienne (élevage et transformation)	Pas de tradition d'élevage	Tradition forte et ancienne (élevage et transformation)	Tradition forte et ancienne (élevage et transformation)
<b>Degré de technicité (spécialisation, professionnalisation, encadrement technique...)</b>	Variable (contraste Manche / Pays d'Auge)	Variable (contraste Indre-et-Loire / Cher)	Très importante	Variable (contraste avant-pays / montagne)
<b>Restructurations à venir</b>	Fortes	Fortes	Moyennes	Très fortes
<b>Acteurs majeurs de la production laitière</b>	Groupes industriels	Groupes industriels, entreprises régionales	Groupes industriels, entreprises régionales	Coopératives, groupes industriels
<b>Spécificité de l'activité</b>	Faible (lait de vache)	Importante (lait de chèvre)	Très importante (lait de brebis)	Moyenne (lait de vache)
<b>Contraintes liées au recrutement et à l'installation</b>	Installations faibles	Installations faibles (pression foncière d'origine céréalière)	Territoire peu attractif (recrutement)	Pression foncière d'origine urbaine
<b>Importance de la production AOC</b>	Faible	Importante	Importante	Très importante
<b>Dynamique du bassin AOC / bassin laitier régional</b>	Décalage	Adéquation	Forte adéquation	Forte adéquation

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

<sup>365</sup> A travers les résultats présentés ici, on renvoie le lecteur aux travaux menés par M. Granovetter sur l'encastrement, postulant le caractère construit des organisations (Granovetter, 2000).



## 5.2. La recherche et la formation dans les pôles AOC

La place de l'AOC dans la formation varie, mais demeure présente dans tous les cas, ce qui induit des coopérations avec des organismes spécifiques. La R&D s'inscrit dans une perspective proche. Les syndicats jouent un rôle plus important, en fonction de leurs moyens et de leur autonomie. On voit enfin que le degré d'ouverture des acteurs et leur capacité à se regrouper à l'échelle du pôle AOC est un facteur déterminant de la cohérence du système.

**Tableau 22 : les AOC dans la recherche et la formation – approche comparative**

	<b>Basse-Normandie</b>	<b>Centre</b>	<b>Sud-Aveyron</b>	<b>Savoies</b>
<b>Dynamique de la formation</b>				
<b>Densité du tissu de formation</b>	Important	Faible	Important	Important
<b>Organismes de formation laitière et fromagère</b>	ENIL Saint-Lô Thère	Ferme des Ages	Lycée Agricole La Cazotte	ENILV La Roche sur Foron
<b>Rayonnement</b>	Régional / national	Régional	Régional	Régional / national
<b>Liens avec les professionnels de la région</b>	Très forts, anciens	Faible	Très forte, ancienne	Très forte
<b>Place des groupes industriels dans la formation</b>	Très importante	Moyenne	Importante	Faible
<b>Liens avec les filières AOC</b>	Faibles	Variable (liens avec AOC Poulligny Saint-Pierre)	Très forts	Faibles, en cours de renforcement
<b>Place des AOC dans le contenu des formations dispensées</b>	Faible	Moyenne	Moyenne	Moyenne
<b>Capacité d'application</b>	Faible (hall technologique)	Forte (troupeau, fromagerie)	Moyenne (troupeau)	Moyenne (fromagerie, hall technologique)
<b>Synergies induites par la présence des AOC</b>	Université de Caen (microbiologie)	ENIL de Surgères (Poitou-Charentes)	ENIL Aurillac	DESS produits de terroir (Lyon)
<b>Dynamique de la recherche &amp; développement</b>				
<b>Densité des organismes de R&amp;D</b>	Moyenne	Faible	Moyenne	Forte
<b>Acteurs de la R&amp;D dédiée aux AOC</b>	Ferme de la Blanche Maison, Domaine de Saint-Hippolyte	Centre Technique Fromager Caprin	Centre de Ressources du Rayon de Roquefort, Confédération	GIS Alpes du Nord, ITFF, AFTALP
<b>Place des grandes entreprises</b>	Très forte	Forte	Forte	Moyenne
<b>Part des activités liées aux AOC</b>	Moyenne	Moyenne	Importante	Très importante
<b>Liens avec les filières AOC</b>	Moyenne	Partielle (4 AOC sur 5)	Très forte	Très forte
<b>Cohérence avec R&amp;D laitière et fromagère générique</b>	En contradiction	Indépendante	Forte	Très forte
<b>Degré d'autonomie des syndicats d'appellation en matière de R&amp;D</b>	Faible	Variable (moyenne en Crottin de Chavignol)	Forte	Variable (forte en Reblochon et Beaufort)
<b>Stratégie de mise en commun à l'échelle du pôle AOC</b>	Absente	Partielle	Forte	Forte
<b>Connexions avec structures extérieures</b>	Faible	Variable (forte en Sainte-Maure de Touraine)	Forte (CNBL, Pôle Fromager Aurillac)	Forte (ITFF, Est Central)
<b>Cohérence d'ensemble des acteurs</b>	Faible	Faible, relations conflictuelles	Forte	Forte, coopération

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

### 5.3. Le processus de spécification de ressources dans les pôles AOC

Les compétences développées au sein de chaque pôle diffèrent en fonction du type de produit. C'est ce qui explique entre autres l'extrême spécification de Roquefort, fondée sur l'accumulation de compétences liées au lait de brebis. Les Savoies apparaissent également spécifiques, en dépit du caractère commun du lait de vache. Cette spécificité s'explique ici par les fortes contraintes induites par les cahiers des charges. Les deux autres systèmes s'inscrivent quant à eux dans une trajectoire de spécification moins poussée. A cet égard, le tableau met également en lumière la fragilité induite par une spécification importante.

**Tableau 23 : les AOC et la production de ressources spécifiques – approche comparative**

	<b>Basse-Normandie</b>	<b>Centre</b>	<b>Sud-Aveyron</b>	<b>Savoies</b>
<b>Compétences techniques liées à l'élevage</b>	Moyenne	Faible	Forte	Forte
<b>Compétences techniques liées aux pâturages et à la gestion des fourrages</b>	Faible	Moyenne (contraste entre les départements)	Forte	Très forte
<b>Compétences techniques liées à la nature du produit</b>	Pâtes molles	Fromages de chèvre	Pâtes persillées, lait de brebis	Pâtes pressées
<b>Compétences techniques liées à la microbiologie (ferments lactiques)</b>	Moyennes	En développement	Fortes	Très fortes
<b>Compétences techniques liées à la distribution</b>	Très forte	Moyenne	Très forte	Faible
<b>Degré de spécificité des ressources liées aux compétences techniques</b>	Moyenne	Moyenne	Très forte	Forte
<b>Place des AOC dans le processus de spécification</b>	Moyenne	Moyenne	Forte	Très forte
<b>Place des grandes entreprises dans la construction des ressources</b>	Très forte	Moyenne	Forte	Faible
<b>Connaissances liées aux cahiers des charges (lien terroir / qualité)</b>	Moyenne	Moyenne	Forte	Très forte
<b>Caractère exportable des ressources produites vers d'autres bassins</b>	Moyen	Moyen	Très fort	Fort
<b>Outils de diffusion des compétences et des connaissances</b>	Ferme de la Blanche Maison	CTFC	C3R	GIS Alpes du Nord
<b>Place du pôle dans la concurrence générale des systèmes productifs</b>	Référence régionale	Référence régionale / nationale	Référence mondiale	Référence nationale

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

## 5.4. Les caractéristiques de la trajectoire de développement territorial des pôles AOC

De nature plus synthétique, les indicateurs présentés dans le tableau ci-dessous ont vocation à caractériser la trajectoire inhérente à chaque pôle. Une lecture rapide fait apparaître le lien apparent entre la cohérence et la spécificité du système productif et sa capacité à générer du développement en termes d'emplois. Mus par des logiques différentes, les Savoies (spécificité des AOC) et Roquefort (spécificité du lait de brebis) sont davantage significatifs de ce point de vue. A l'inverse, la Basse-Normandie et surtout le Centre apparaissent en retrait. Les acteurs des filières AOC ne sont pas forcément en cause. Ces deux systèmes pâttissent en effet d'un contexte relativement défavorable (poids économique de l'activité caprine négligeable dans le Centre, poids des AOC faible en Basse-Normandie).

**Tableau 24 : les AOC et leur trajectoire de développement – approche comparative**

	<b>Basse-Normandie</b>	<b>Centre</b>	<b>Sud-Aveyron</b>	<b>Savoies</b>
<b>Densité du système productif</b>	Moyenne	Faible	Très forte	Très forte
<b>Degré de spécificité du système productif</b>	Moyenne	Moyenne	Très forte	Très forte
<b>Epaisseur historique de la trajectoire</b>	Faible	Faible	Forte	Moyenne
<b>Cohérence et autonomie du système productif</b>	Faible	Faible	Forte	Forte
<b>Degré d'ouverture vers l'extérieur</b>	Moyen	Partiel	Fort	Fort
<b>Place des grandes entreprises</b>	Très forte	Forte	Forte	Moyenne
<b>Place des AOC dans la dynamique d'ensemble du système</b>	Faible	Moyenne	Forte	Très forte
<b>Préoccupations fortes (atmosphère industrielle)</b>	Recherche de reconnaissance des AOC, contexte de relative hostilité	Construction de références techniques	Mobilisation des ressources locales	Renforcement des liens, recherches sur la typicité et la qualité
<b>Redéploiement des ressources vers d'autres secteurs d'activité (tourisme)</b>	Domaine de Saint-Hippolyte, journée professionnelle du festival des AOC de Cambremer	Ferme des Ages, PNR de la Brenne	Pastoralia, Festival de la brebis Lacaune, PNR des Grands Causses	Adhésion de l'ENILV à la Route des Fromages
<b>Atouts de la trajectoire de développement</b>	Compétences commerciales, technicité, attachement à la production laitière	Spécificité de l'activité	Spécificité de l'activité, encadrement technique, compétences commerciales	Compétences techniques (élevage, transformation)
<b>Faiblesses de la trajectoire de développement</b>	Spécificité et poids relatifs des AOC, décalage avec évolution régionale, gestion fourragère	Faible densité, dimension traditionnelle, isolement technique, manque de moyens et de cohérence	Extrême spécification, occupation de l'espace	Dimension traditionnelle des bassins, compétences commerciales
<b>Emplois induits par le tissu productif</b>	Importants	Faibles	Très importants	Très importants
<b>Nature de la dynamique</b>	Prégnance des groupes industriels	Isolement	Renforcement de la place de l'AOC	Renforcement des liens

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

## **5.5. Les pôles AOC dans une démarche comparative : cohérence, spécificité et pérennité**

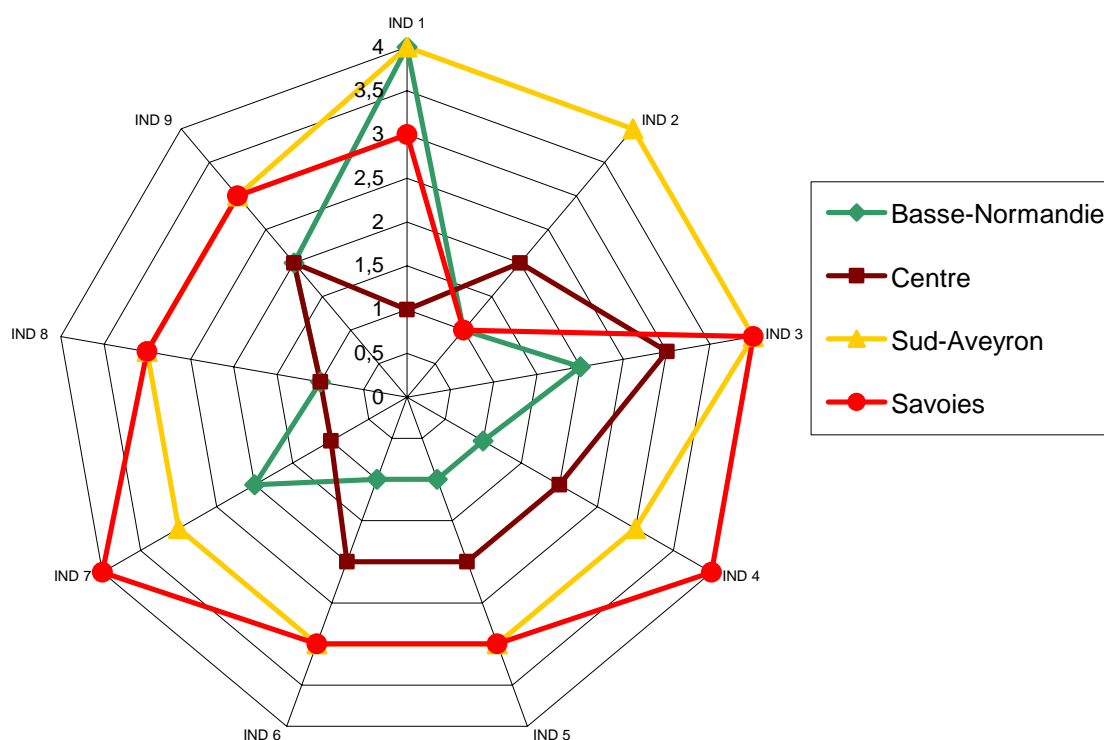
Pour aller plus loin, nous avons souhaité représenter graphiquement un certain nombre d'indicateurs sélectionnés dans les différents tableaux. Ces indicateurs ont été choisis en fonction de leur capacité à rendre compte d'un phénomène mesurable. Des notes ont été attribuées en fonction de l'intensité du phénomène observé<sup>366</sup>. Les diagrammes circulaires ainsi élaborés permettent une lecture directe plus aisée. La surface mise en évidence par une même courbe rend donc directement compte de la "performance" du système vis-à-vis du critère considéré. Les limites d'un tel travail sont en premier lieu inhérentes à l'importante part laissée à l'interprétation dans l'attribution des notes, qui peuvent toujours prêter à discussion. Les informations hétérogènes ont également engendré des difficultés. Les résultats apparaissent malgré tout suffisamment significatifs pour être soumis à discussion. Les indicateurs ont été regroupés selon trois thématiques fondamentales du point de vue du développement dans son acception productive : la pérennité, la spécificité et la cohérence. Ces trois thématiques ont donné naissance à autant de graphiques qu'il convient d'explicitier.

D'un point de vue systémique, nous avons montré que la cohérence désignait l'absence de contradiction au sein d'une organisation, et donc la capacité des acteurs qui la composent à se coordonner autour d'objectifs communs (Frayssignes, 2001). Dans cette perspective, l'analyse des quatre pôles AOC en termes de cohérence a nécessité de sélectionner d'une part des indicateurs renvoyant aux liens entre la production AOC et la production générique, et d'autre part des indicateurs rendant compte du liens entre les AOC elles-mêmes. La capacité des acteurs à s'ouvrir sur l'extérieur a également été prise en compte. Le graphique ci-dessous met ainsi en évidence la forte cohérence qui caractérise le Sud-Aveyron et les Savoies. Pour le premier, la présence d'une seule appellation gérée dans le cadre d'une interprofession ancienne est un facteur déterminant de cette cohérence. Pour le second, c'est la capacité des filières à mettre des moyens en commun et à travailler en partenariat qui est soulignée. La surface correspondant aux deux autres pôles est beaucoup plus réduite. Les logiques individuelles, voire concurrentes, des entreprises en Basse-Normandie et les logiques inhérentes à chacun des bassins de production dans le Centre expliquent cette situation.

---

<sup>366</sup> Le plus souvent, la note 1 correspond à une faible intensité, tandis que la note 4 correspond à une très forte intensité. Bien entendu, ces notes valent davantage les unes par rapport aux autres que pour elles-mêmes.

**Graphique 1 : degré de cohérence du système productif AOC**



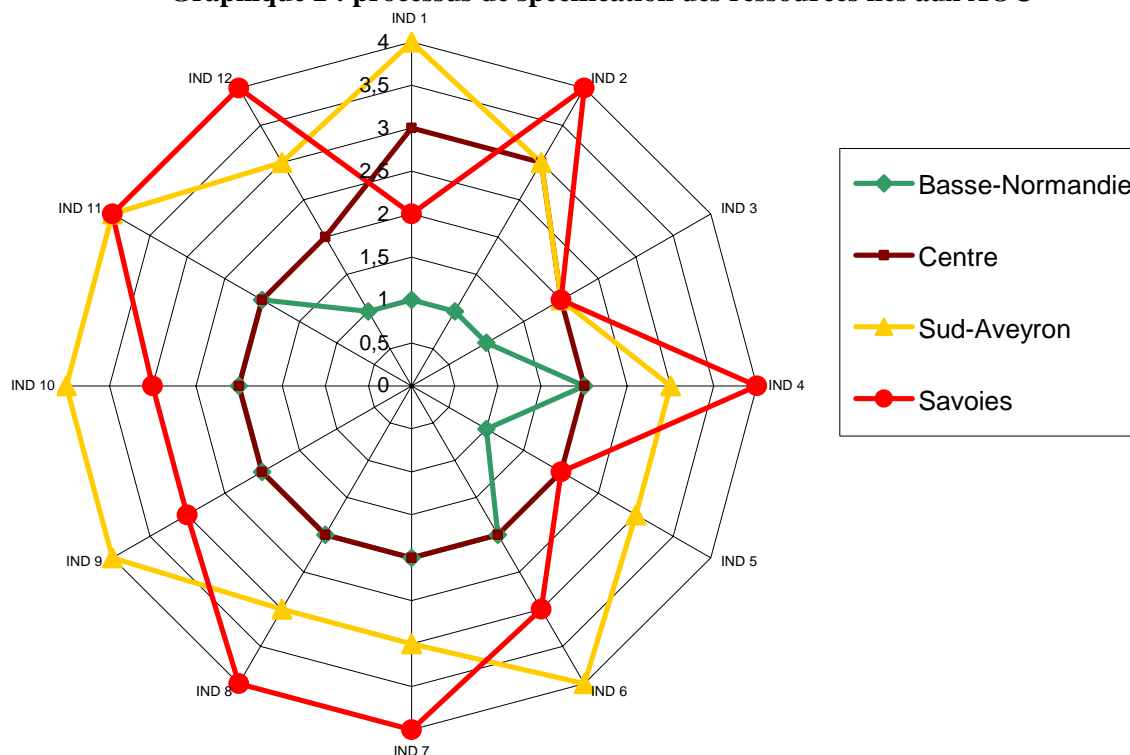
#### Liste des indicateurs

Liens de la formation avec les professionnels de la région	IND 1
Liens de la formation avec les filières AOC	IND 2
Liens de la R&D avec les filières AOC	IND 3
Cohérence avec R&D "générique"	IND 4
Stratégie de mise en commun à l'échelle du pôle AOC	IND 5
Connexions avec structures extérieures	IND 6
Cohérence d'ensemble des acteurs	IND 7
Cohérence et autonomie du système productif	IND 8
Degré d'ouverture vers l'extérieur	IND 9

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

La spécificité du pôle AOC désigne quant à elle directement son caractère non reproductible sur un autre territoire. Il s'agit d'un critère fort dans la caractérisation d'une appellation, mais qui ne renvoie pas forcément à une performance accrue (nous avons vu la fragilité sous-tendue par une spécification poussée à l'extrême). Les indicateurs sélectionnés rendent compte principalement du processus de construction de ressources et du rôle joué par les AOC dans ce processus. Là encore, les Savoies et Roquefort se distinguent, mais toujours selon des modalités différentes. La prégnance des AOC apparaît en effet plus forte en Savoie, comme le montrent les indicateurs 7 et 8. La spécificité du lait de brebis et la forte technicité du bassin semblent malgré tout mieux positionner Roquefort dans la concurrence (indicateurs 9 et 10). Le Centre apparaît mieux placé que la Basse-Normandie, du fait de la spécificité du lait de chèvre. Nous voyons que si le degré de précision des cahiers des charges AOC joue un rôle important dans le processus de spécification, d'autres facteurs entrent en ligne de compte.

**Graphique 2 : processus de spécification des ressources liés aux AOC**



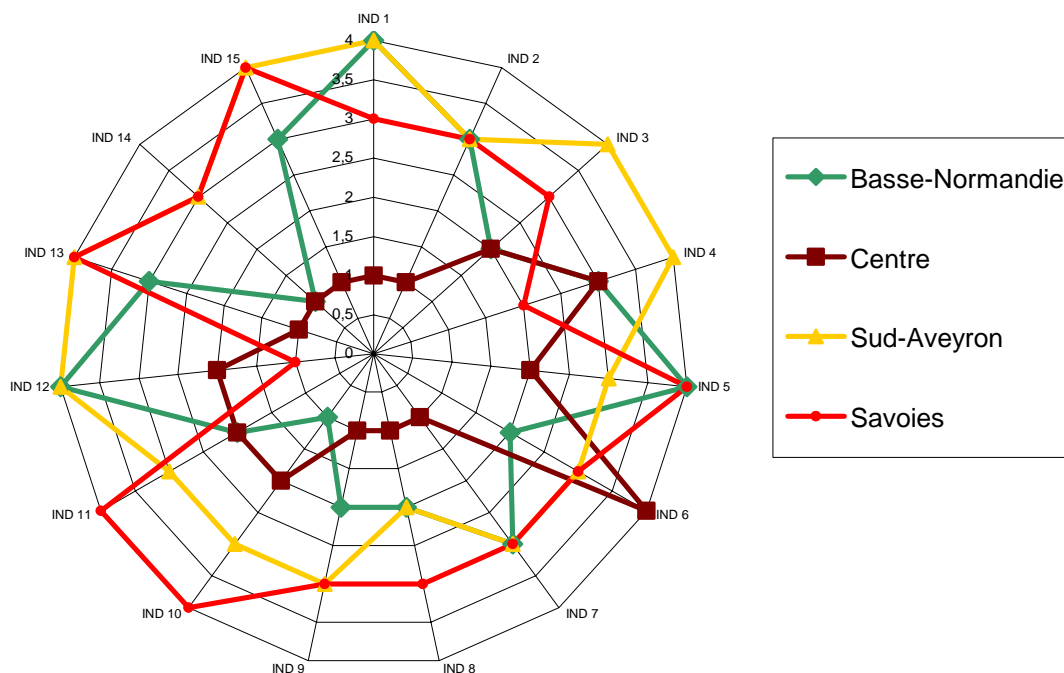
**Liste des indicateurs**

Spécificité de l'activité	IND 1
Importance de la production AOC	IND 2
Place des AOC dans le contenu des formations	IND 3
Place des activités de R&D liées aux AOC	IND 4
Degré d'autonomie des syndicats AOC pour la R&D	IND 5
Degré de spécificité des ressources liées aux compétences techniques	IND 6
Place des AOC dans le processus de spécification	IND 7
Connaissances liées au cahier des charges AOC	IND 8
Caractère exportable des ressources produites	IND 9
Place du pôle dans la concurrence	IND 10
Degré de spécificité du système productif	IND 11
Place des AOC dans la dynamique d'ensemble	IND 12

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

De manière plus synthétique, la pérennité fait référence à la capacité du système à assurer sa reproduction et à durer dans le temps. L'attention se porte donc sur l'adéquation entre les caractéristiques des pôles AOC et leur environnement. Les indicateurs sont de nature diverse, mais renvoient à l'idée d'une capacité d'adaptation. Les pôles les mieux "armés" face aux évolutions futures sont toujours le Sud-Aveyron et les Savoies, même si des signes de fragilité existent dans les deux cas. Le Centre apparaît comme le pôle le plus vulnérable, à cause du manque de moyens chronique et de l'isolement. La Basse-Normandie est dans une situation intermédiaire. Le pôle profite d'une densité laitière forte, ce qui fait que les AOC ne jouent pas un rôle central dans la reproduction du bassin, contrairement au Centre.

**Graphique 3 : la pérennité des systèmes productifs AOC**



#### Liste des indicateurs

Densité laitière	IND 1
Tradition d'élevage	IND 2
Degré de technicité	IND 3
Restructurations à venir	IND 4
Rayonnement des outils de formation	IND 5
Capacité d'application	IND 6
Densité du tissu de formation	IND 7
Densité des organismes de R&D	IND 8
Compétences techniques liées à l'élevage	IND 9
Compétences techniques liées à la gestion des fourrages	IND 10
Compétences techniques liées à la microbiologie	IND 11
Compétences techniques liées à la distribution	IND 12
Densité du système productif	IND 13
Epaisseur historique de la trajectoire	IND 14
Emplois induits	IND 15

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

L'approche comparative proposée ici permet donc de mieux situer le développement des pôles AOC les uns par rapport aux autres d'un point de vue productif, et d'identifier des logiques très différentes d'un pôle à l'autre. Le rôle joué par les produits d'appellation dans ces trajectoires et dans la construction de ressources se révèle extrêmement variable, ce qui nuance leur influence dans la pérennité des bassins de production : très forte dans les Savoies, à Roquefort et dans le Centre, faible en Basse-Normandie. La dernière section clôturant ce chapitre récapitule les principaux acquis de la confrontation entre les quatre pôles AOC, et ouvre la voie à une ouverture vers les autres dimensions du territoire.

## 6. Synthèse des résultats : la production de ressources liées à l'activité productive

Réalisées pour chacun des terrains d'étude, les analyses à caractère monographique montrent toute la diversité des pôles vis-à-vis de leur contexte productif et des dynamiques qui contribuent à les construire :

- Ainsi, **les trois appellations de Basse-Normandie** sont inscrites dans une des plus importantes régions laitières françaises, **et revêtent de ce fait un poids modeste**, accentué par la cohabitation entre le Camembert de Normandie AOC et deux homologues génériques. Cette situation complique la construction par les filières d'appellation de ressources spécifiques, **et limite de ce fait leur rôle dans le processus de développement territorial.**
- Dans une région dénuée de tradition d'élevage, **les AOC caprines du Centre sont marginales** par rapport à l'activité agricole dans son ensemble, **et se caractérisent en outre par des bassins de production éclatés**, mus par des logiques et des préoccupations différentes, ce qui nuit à une mutualisation des moyens, nécessaire au vu de la taille modeste des filières. Là encore, la contribution des AOC au développement reste limitée, **d'autant plus que les coopérations entre acteurs sont peu développées.** Il devient difficile de parler de "pôle AOC" à propos du Centre.
- A l'inverse, **le système roquefortais** est doté d'un **poids économique considérable à l'échelle régionale**, et surtout par une importante cohésion des acteurs, facilitée par la présence d'une structure interprofessionnelle forte et ancienne. **L'avance technique qui caractérise le bassin laitier est à l'origine d'un processus de production de ressources très spécifiques liées à l'élevage ovin**, qui font de Roquefort une référence mondiale pour cette activité. Cette spécialisation extrême comporte aussi des facteurs de fragilité : outre les faibles densités, **l'absence d'alternative peut se révéler néfaste au développement territorial.** Dans ce contexte, le renforcement des contraintes du cahier des charges donne une place plus importante à l'AOC.
- Enfin, **les AOC savoyardes** se caractérisent par une activité encore traditionnelle. **Cette atomisation de la production résulte d'une trajectoire impulsée à partir des années 1960-70** à travers les produits traditionnels et la recherche de qualité, et **en contradiction avec le modèle national de développement agricole.** Les coopérations entre les professionnels des filières et leurs partenaires économiques (ITFF, ENILV, GIS Alpes du Nord) contribuent à produire des ressources spécifiques, notamment fondées sur des cahiers des charges stricts. **La fragilité inhérente au contexte savoyard** (petites structures, coûts de production élevés) **est susceptible de remettre en cause la réussite incontestable de ces filières en termes de valeur ajoutée.**

A travers un "dialogue" entre ces monographies et les outils théoriques mobilisés, une approche comparative a été possible, et a permis de faire apparaître une série d'indicateurs permettant d'appréhender la dynamique de développement de chaque territoire. **Les thématiques mises en évidence** (environnement productif, R&D, formation, spécification de ressources, trajectoire de développement) **constituent une grille d'évaluation dont la vocation est de pouvoir être réutilisable par d'autres AOC, voire d'autres types de signes de qualité.** Cette grille doit en outre permettre d'identifier d'éventuels facteurs de non-



réussite<sup>367</sup>. Ces indicateurs montrent ainsi que le succès des AOC est d'abord imputable à un contexte régional plus ou moins favorable, qui s'impose en partie aux acteurs, issu d'une d'histoire souvent complexe. En fonction de ses caractéristiques, la trajectoire de chaque pôle AOC comporte donc des facteurs de force et de faiblesse, **ce qui prouve l'absence de "modèle miracle", chaque filière devant trouver sa propre voie en fonction de son environnement**. Néanmoins, au-delà de ces éléments externes, **la réussite des appellations dépend également de la capacité des acteurs à coordonner leur action en vue de faire émerger un tissu productif spécifique** (formation, R&D), apte à assurer la pérennité de l'activité dans le temps. Les ressources locales et régionales doivent donc être mobilisées à travers l'établissement de coopérations. Toutefois, si la force des liens entre les acteurs des filières et leurs partenaires économiques et sociaux est déterminante, elle ne suffit pas à expliquer une éventuelle réussite. **Il faut également que les ressources construites par les AOC soient en adéquation, et non pas en contradiction, avec l'environnement productif**. Ainsi, l'élaboration de règles de production allant à l'encontre des pratiques régionales (race, alimentation des animaux, transformation...) contribue à fragiliser les filières d'appellation. Des solutions cohérentes doivent donc être trouvées.

Afin de prolonger les indicateurs, la construction de graphiques se révèle utile pour qualifier la réussite du processus de développement à travers une photographie instantanée de chaque pôle. Réalisés à partir des indicateurs de départ, **ces graphiques mettent en évidence trois angles d'attaque distincts : la cohérence, la spécificité et la pérennité :**

- **la cohérence désigne la capacité des acteurs à se coordonner autour d'objectifs communs**. Elle dépend de l'articulation entre production d'appellation et production générique, de la capacité de coopération des professionnels AOC, mais aussi de l'ouverture du système sur l'extérieur. **L'analyse du graphique met en évidence un éventail de situations, allant de pôles AOC structurés autour d'organisations fortes et anciennes à des pôles constitués de bassins laitiers hétérogènes et aux logiques divergentes**. Un degré de cohérence élevé constitue un atout indéniable, dans la mesure où elle renforce l'autonomie du système et donc sa capacité à s'adapter aux évolutions extérieures,
- **la spécificité** constitue un deuxième facteur de réussite, elle est au cœur de la démarche AOC, **fondée sur la non-reproductibilité**. Dans les faits, cette spécificité est imputable aux différentes caractéristiques du produit (qualité, type de lait...). Ce facteur est malgré tout délicat à analyser dans la mesure où **nous avons vu qu'une forte spécification des ressources permet certes une différenciation et en général un accroissement de la valeur ajoutée, mais peut aussi entraîner une fragilité accrue de l'activité** (absence d'alternative en cas de crise). De ce fait, les pôles AOC très spécifiques sont constamment menacés par un revirement de la consommation par exemple. **Les plus belles réussites** (emploi, valorisation) **correspondent malgré tout aujourd'hui à des pôles caractérisés par une forte spécificité,**

---

<sup>367</sup> En ce qui concerne les AOC fromagères, on pense notamment aux filières du Massif Central, malheureusement souvent citées en exemple pour leur faible valorisation de la matière première.

- enfin, la **pérennité fait référence à la capacité des AOC à assurer leur reproduction dans le temps**, c'est-à-dire à durer. Ce critère renvoie à des indicateurs variés, aussi bien liés au contexte régional qu'aux dynamiques internes. La vulnérabilité face aux évolutions extérieures (réforme de la PAC, baisse du prix du lait) peut indifféremment provenir d'une taille critique insuffisante, de structures de production sujettes à de fortes restructurations ou bien encore de compétences insuffisamment mobilisées. **De ce point de vue, chaque pôle, chaque filière revêt des atouts et des faiblesses dont il s'agit de tenir compte. La réussite dépend alors de la propension de ces "forces" à compenser les faiblesses.**

Elaborés à partir d'indicateurs de nature très diverses, **ces trois éclairages de la réussite des pôles AOC font malgré tout apparaître une hiérarchie relativement comparable entre les quatre terrains d'étude**, ce qui est une preuve de leur forte interdépendance. **Les pôles Savoies et le Sud-Aveyron semblent ainsi les mieux armés pour affronter l'avenir, même s'ils sont potentiellement porteurs de faiblesses. La Basse-Normandie est dans une situation intermédiaire, tandis que le Centre apparaît comme le plus vulnérable**, notamment à cause d'une taille critique et d'une cohésion insuffisantes. **Ainsi, d'un point de vue productif, la réussite des pôles AOC réside dans leur capacité à engendrer des systèmes productifs pérennes, cohérents et spécifiques.** Au sein de ces systèmes, "l'atmosphère industrielle" – notion développée par les économistes – joue un rôle central à travers l'émergence de préoccupations communes qui contribuent à souder les acteurs face à l'extérieur. **A Roquefort, ces préoccupations concernent notamment la mobilisation des ressources locales**, caractéristique commune à de nombreux territoires fragilisés par des faibles densités démographiques ("faire travailler en priorité les gens de la région"), tandis que **dans les Savoies, la logique est d'abord fondée sur une recherche de différenciation par la qualité. Le climat apparaît en revanche davantage conflictuel en Basse-Normandie**, où les AOC ont du mal à faire entendre leurs spécificités face à la production laitière régionale. Enfin, **le Centre pâtit d'un relatif isolement, aggravé par les importantes distances entre bassins de production, ainsi que par la présence d'une importante activité caprine dans la région Poitou-Charentes voisine**, davantage axée sur la fabrication de produits industriels portés par des marques de dimension nationale.

Ce chapitre a été l'occasion de faire apparaître d'une part les apports des AOC aux dynamiques agricoles et agroalimentaires, et d'autre part leur inscription dans des trajectoires de spécification de ressources productives. Dans le premier cas, nous avons montré la nécessité d'aller au-delà des aspects statiques liés à l'importance économique des filières et de nous interroger sur la dimension historique des bassins pour faire apparaître d'autres types de facteurs. Dans le second, l'analyse des trajectoires des pôles AOC a fait apparaître l'intérêt d'une approche en termes de système productif localisé. Les multiples dimensions du concept d'ancrage territorial mettent en lumière le rôle variable joué par les appellations dans ces trajectoires et la nécessité de prendre en compte le contexte productif dans son ensemble. La question de l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement territorial trouve donc à travers cette réflexion ses premiers éléments de réponse. Toutefois, une telle approche, aussi large soit-elle, ne peut à elle seule englober toutes les dimensions du processus, et notamment le caractère plurisectoriel, maintes fois souligné, du développement. Il convient donc d'élargir la perspective aux autres acteurs du territoire (élus, tourisme...) et de s'intéresser à des ressources d'une autre nature, à travers la mobilisation de nouveaux outils théoriques (forme de gouvernance, panier de biens). C'est l'objet du chapitre suivant.

## **Chapitre 6**

### **Les AOC dans la coordination des acteurs et la qualification des territoires**

La dimension productive du développement territorial ne constitue qu'une facette du processus. Après avoir appréhendé l'AOC comme une activité génératrice d'emploi et de ressources productives, il convient maintenant de donner un autre éclairage des filières étudiées, et par-là même des dynamiques territoriales. Les objets qui nous intéressent ici renvoient d'une part à des types d'acteurs plus diversifiés, inscrits aussi bien dans la sphère publique (collectivités territoriales) que privée (professionnels du tourisme, restaurateurs...), et d'autre part à des ressources d'une autre nature, en lien avec l'image des territoires et la dimension patrimoniale de l'activité agricole. Ce chapitre a donc pour but d'évaluer le rôle joué par les appellations dans les formes de gouvernance liées aux démarches de valorisation et dans le processus de construction de ressources, vues ici comme des aménités.

Les informations collectées permettront de mettre en évidence ces ressources mobilisées par les AOC dans leurs opérations de promotion (échelles porteuses, fréquentation touristique, consommateurs, population locale), cette mobilisation étant au cœur du processus de développement. Les coordinations feront également l'objet d'une attention particulière. On insistera alors sur la propension des AOC à participer, voire à initier, des démarches collectives, notamment à travers leur capacité à répondre aux attentes des autres acteurs. Ces deux angles d'attaque permettront de constater l'enjeu constitué par les liens entre agriculture et tourisme. Les exigences qualitatives accrues des consommateurs et des touristes contribuent en effet à l'émergence d'un contexte propice à une certaine coopération entre ces deux activités, historiquement antagonistes.

Dans notre démarche d'élargissement, la question des échelles pertinentes apparaît fondamentale, la multiplicité des acteurs induisant une multiplicité de territoires. Les espaces dans lesquels agissent les professionnels interagissent fréquemment avec les maillages des collectivités territoriales. La confrontation entre ces dynamiques prend des formes très diverses : concurrence, complémentarité, ignorance... Les résultats présentés seront également l'occasion de constater le caractère multiforme de l'AOC dans les démarches. Sauf en de rares occasions, ce n'est jamais la filière dans son ensemble qui est impliquée, mais une composante de celle-ci (un groupe d'acteurs, voire un acteur individuel. Malgré tout, l'analyse conserve sa pertinence, puisqu'à travers la participation d'un acteur, c'est du produit AOC qu'il est question, et donc de la filière dans son ensemble.

Notre réflexion est fondée ici encore sur les entretiens semi-directifs. A travers la rencontre des différents protagonistes, ces entretiens nous ont permis de reconstruire d'une part les processus à l'œuvre (acteurs impliqués, coordinations...), et d'autre part leur inscription spatiale et temporelle. Ainsi, comme pour le chapitre précédent, il s'agira dans un premier temps de faire apparaître les trajectoires régionales inhérentes aux quatre pôles AOC. L'analyse permettra notamment de faire apparaître des territoires restreints, dans lesquels émergent des coordinations plus poussées. Les différents contextes territoriaux liés à chacun des pôles seront appréhendés comme autant de facteurs explicatifs des contrastes observés. Cette démarche monographique nous amènera à proposer une série d'indicateurs rendant compte du processus de développement. Dans un second temps, notre questionnement se portera sur l'échelle locale, apparue dans les entretiens. Afin de compléter les éléments d'analyse mis en lumière dans la première section, il conviendra d'identifier des coordinations localisées, articulées autour d'un acteur particulier (municipalité, intervenant d'une filière, acteur d'une autre nature). La construction d'indicateurs permettra de proposer une typologie caractérisant les dynamiques de coordination et de construction de paniers de biens.

# **I. Les trajectoires de développement des pôles AOC en termes de synergies entre secteurs d'activité**

Malgré des dynamiques différentes d'un terrain à l'autre. L'analyse des trajectoires des quatre pôles AOC s'organise également autour d'une grille de lecture commune, permettant non pas une comparaison, mais une confrontation de ces trajectoires :

- cette grille s'intéresse en premier lieu aux dynamiques territoriales inhérentes à chacun des pôles. Ces dynamiques fournissent un certain nombre de clés pour comprendre les trajectoires et les enjeux de développement dans la mesure où elles imprègnent les coordinations à l'œuvre,
- il s'agit ensuite d'identifier et de caractériser les territoires plus restreints, qui sont le siège de ces coordinations et des processus de construction de ressources,
- l'analyse porte enfin sur la place des AOC dans ces dynamiques, ce qui permet de donner de nouveaux éléments de réponse à la question de l'inscription des filières AOC dans le développement territorial.

L'approche horizontale qui caractérise les deux premières étapes (entrée par le territoire) se veut complémentaire de l'entrée verticale correspondant à la troisième (entrée par la filière). Notre démarche se veut donc à l'intersection entre ces deux dimensions. Par ailleurs, dans l'analyse des liens entre agriculture et tourisme, nous porterons principalement notre attention sur les démarches spécifiquement dédiées aux AOC, sans privilégier les éléments plus génériques liés à l'agrotourisme. Il s'agit en effet de mettre en évidence les apports des AOC dans une perspective de spécification. Ensuite, c'est sur la base de cette grille de lecture que seront proposés les indicateurs aptes à rendre compte du processus de développement territorial induit par les AOC. Ces indicateurs nous permettront alors de réaliser une étude comparative des différents territoires identifiés.

## **1. La difficile affirmation des AOC fromagères bas-normandes dans les démarches de promotion : des initiatives éclatées et souvent peu significatives**

En Basse-Normandie, les démarches de valorisation initiées par les AOC fromagères sont ancrées à un territoire particulier, dont les caractéristiques (conservatisme, notabilité, individualisme) influent directement sur les stratégies des acteurs. Relativement éclatées à l'échelle régionale, ces démarches trouvent dans le Pays d'Auge un cœur historique propice à leur promotion, mais peinent à s'affirmer dans l'image touristique normande.

### **1.1. Un territoire régional coupé en deux, une société conservatrice et notabiliaire**

La compréhension des dynamiques de développement à l'œuvre en Normandie passe nécessairement par la prise en compte du clivage entre les deux régions qui composent l'ancienne province : la Haute et la Basse-Normandie<sup>368</sup>. Le géographe J.-C. Gay souligne à ce sujet que si pour l'extérieur, la Normandie semble unifiée, les deux régions administratives

---

<sup>368</sup> La Basse-Normandie comprend les départements du Calvados, de la Manche et de l'Orne, la Haute-Normandie ; ceux de l'Eure et de Seine-Maritime.

mènent une vie relativement séparée et ont peu d'actions en commun (Gay, 1983). Ce clivage est également ressenti par les acteurs locaux, mais comme un facteur limitant dans les opérations de promotion : " *D'un point de vue touristique, la Normandie est unifiée. A la limite, c'est plus connu que la France aux Etats-Unis, et on ne sait pas s'en servir. Ça vient d'un historique assez fort. En Haute-Normandie, il y avait Lecanuet, et en Basse-Normandie, il y avait D'Ornano. Deux hommes à grosse personnalité. Aujourd'hui, c'est une grosse contrainte*"<sup>369</sup>. En dépit d'une réflexion amorcée depuis longtemps au sujet d'une éventuelle réunification (ce qui ne manquerait pas de provoquer des conflits quant au choix de la capitale, Rouen ou Caen), l'antagonisme, notamment politique<sup>370</sup>, qui caractérise les relations entre les deux régions contraint les volontés de travail en commun. La Normandie apparaît malgré tout comme une destination touristique de premier plan, et jouit en outre d'une image positive. Les acteurs touristiques ont par exemple su transformer un des événements les plus sanglants de l'histoire de France – le Débarquement de 1944 – en aménité attractive<sup>371</sup>.

C'est finalement dans le domaine de la promotion des produits agricoles que les coordinations apparaissent les plus poussées. En effet, l'IRQUA Normandie (Institut Régional de la Qualité Agroalimentaire de Normandie) est une des rares institutions dont le rayon d'action concerne les cinq départements (avec la chambre régionale d'agriculture), ceci malgré des contextes agricoles très différenciés d'une région à l'autre<sup>372</sup>. Créée en 1999, cette structure assure un appui auprès de l'ensemble des produits normands dotés d'un cahier des charges (développement, démarches qualité, promotion). La marque collective "Bienvenue en Gourmandie" vient concrétiser cette démarche de qualification. En dépit de cette apparente unité, la distance entre les deux régions ne renvoie pas qu'à des critères géographiques. Ainsi, même si les AOC fromagères bas-normandes apparaissent à côté de l'appellation Neufchâtel lors du Salon de l'Agriculture depuis quelques années, les préoccupations apparaissent relativement divergentes, la dimension identitaire étant déterminante : "*Les gens sont très chauvins dans la région. Chez nous, les gens mangent du Neufchâtel, mais ils connaissent les fromages de Basse-Normandie. Mais en Basse-Normandie, il y en a très peu qui connaissent le Neufchâtel, et on consomme très peu de Neufchâtel en Basse-Normandie*"<sup>373</sup>. En excluant la majorité des communes haut-normandes, le projet de réduction des aires d'appellation Camembert de Normandie et Pont-l'Evêque ne fait que renforcer cet éloignement.

Indépendamment de ce clivage, la grande caractéristique de la Basse-Normandie réside dans le rôle majeur joué par les acteurs politiques dans la destinée de la Région. A. Frémont souligne ce point et évoque le caractère conservateur de la société bas-normande, repliée sur la famille et les relations de voisinage, et opposée à toute idée de changement. A tous les échelons de la vie politique, on retrouve différents types de notables ayant tissé des réseaux d'influence dont les principaux acteurs, les "*pères du consensus conservateur*", ont souvent des responsabilités à l'échelle nationale (Frémont, 1984, p. 201). L'auteur cite

<sup>369</sup> Un professionnel du tourisme en Basse-Normandie.

<sup>370</sup> Historiquement, la Basse-Normandie se caractérise par un vote à droite, tandis que la Haute-Normandie est davantage portée à gauche.

<sup>371</sup> Mis en place dans les années 1990, l'espace historique de la Bataille de Normandie met en scène les différents sites concernés par cette période de l'histoire, et pas seulement les plages. Le soixantième anniversaire du débarquement, fêté en 2004, a d'ailleurs constitué un événement majeur. Selon le Comité Régional du Tourisme, le principal pôle touristique de la région est le cimetière américain (1,3 millions de visiteurs en 2002), le Mémorial de Caen, inauguré en 1989, accueille quant à lui près de 500 000 personnes chaque année.

<sup>372</sup> Hormis dans quelques secteurs comme le Pays de Bray, l'élevage est très peu présent en Haute-Normandie, davantage orientée vers les grandes cultures. Les exploitations laitières sont d'ailleurs majoritairement situées en Basse-Normandie, qui représente 80 % de la collecte (source : CRA, 2003).

<sup>373</sup> Un responsable du Syndicat de Défense et de Qualité du fromage Neufchâtel.

d'ailleurs A. Siegfried pour mettre en évidence la forte permanence qui définit la société locale : *"Très agissants en matière économique, ils laissent par contre les grandes orientations historiques se décider et les grandes lois se voter, sans eux ou contre eux, c'est indifférence, c'est méfiance et c'est lenteur. De tout ce qui s'est fait en France depuis quarante ans, ils n'ont pour ainsi dire rien provoqué ; et ce qu'ils ont par la suite accepté, il serait exact de dire qu'ils l'avaient préalablement subi"* (p. 212). Cette citation rejoint parfaitement la réflexion d'un de ces notables, révélatrice de l'action politique en Basse-Normandie : *"L'avenir de ce pays dépend moins de lui-même que de l'évolution de la société. C'est dans la capacité des responsables à adapter ce pays aux nouveaux modes de vie que tient son avenir"*<sup>374</sup>. Nous verrons que cette prégnance des acteurs politiques conditionne les dynamiques de développement. A l'échelle régionale, les formes de gouvernance observées en Basse-Normandie renvoient invariablement à cette domination de la sphère publique, ce qui rend l'émergence d'initiatives privées extrêmement difficiles. Considéré par beaucoup comme le cœur de la Normandie pour ce qui est de la promotion des produits agroalimentaire, le pays d'Auge relève plus que tout autre territoire de cette omniprésence de la sphère publique.

## **1.2. Le pays d'Auge : une forme de gouvernance à dominante publique caractérisée par une faible propension à l'action collective**

Situé à l'est de la région, à cheval entre le Calvados et l'Orne, le pays d'Auge associe relief vallonné avec présence de haies et d'arbres fruitiers, ce qui en fait l'archétype du bocage normand. Au-delà du fait qu'il s'agit du berceau historique des fromages bas-normands, ce territoire présente pour notre recherche un grand intérêt, dans la mesure où il émerge naturellement du discours des acteurs, soit en tant que référence identitaire forte, soit en tant que territoire d'action pour le développement. L'unité géographique et paysagère qui caractérise le pays d'Auge se double en effet d'une identité fortement marquée, soulignée de manière quasi-unanime par l'ensemble des acteurs interrogés. Cette identité se manifeste par une relative autonomie institutionnelle, caractérisée par l'existence durable de nombreuses organisations, agricoles ou non, spécifiques à ce territoire et distinctes du reste de la région : syndicats, structures de contrôle laitier, centres d'insémination, caisses de Crédit Agricole. Même si pour des raisons avant tout budgétaires, cette autonomie est moins importante aujourd'hui, la présence d'une CCI à Lisieux – considérée comme la "capitale" du pays d'Auge – témoigne encore de cette particularité : *"C'est un peu la Corse de la Normandie. Ils pensent d'abord pays d'Auge avant de penser Calvados. Et même s'ils sont progressivement rattachés au niveau départemental, ils sont là. Les gens ont toujours cette nostalgie du pays d'Auge "Uber Alles". Quand on crée d'autres structures, les Augerons veulent conserver leur identité"*<sup>375</sup>. Au niveau des fromages AOC et notamment du Camembert de Normandie, il semble d'ailleurs exister une légitimité à fabriquer à l'intérieur de ce territoire. La caution augeronne – parfois mise en évidence sur les étiquettes – devient alors un élément de différenciation. A tel point qu'un projet de "Camembert Pays d'Auge" avait vu le jour, avant d'être abandonné ensuite. Toutefois, l'appartenance à ce territoire n'apparaît pas déterminante dans les rapports de force entre les acteurs au sein des filières, beaucoup moins en tout cas que le clivage montagne / avant-pays dans les Savoies par exemple.

Parmi les composantes de l'identité augeronne, l'attentisme et la faible propension à l'action collective apparaissent comme des éléments déterminants. Présente dans le discours de nombreux interlocuteurs, l'image du paysan augeron "regardant l'herbe pousser" renvoie à

<sup>374</sup> Un responsable politique de Basse-Normandie.

<sup>375</sup> Un agent de développement dans le Calvados.

une certaine réalité. Historiquement, le pays d'Auge a tiré sa richesse de ses herbages pour les bovins à engraisser, qui partaient en train vers la région parisienne dès le XIX<sup>ème</sup> siècle, puis de la production laitière et fromagère ensuite, ce qui fait dire à A. Frémont que *"le paysan augeron a conquis la suprême dignité normande, celle de la richesse, et il n'en est pas peu fier"* (Frémont, 1967, p. 185). Cette richesse a contribué à une absence de remise en cause, qui se manifeste notamment par une faiblesse du développement agricole. Le pays d'Auge semble être resté en marge de la "Révolution Silencieuse", et a de ce fait conservé des structures d'exploitation traditionnelles : *"Les gens du pays d'Auge, je trouve qu'ils ne sont pas motivés. Même quand j'étais contrôleur, je le voyais. Quand je parlais avec mes collègues du Bessin, ils avaient des éleveurs hyper motivés. Chez nous, beaucoup de producteurs n'utilisent rien, jamais ils ne demandent un conseil. Il y en a qui traient encore dans de drôles de conditions, ils sont restés anciens"*<sup>376</sup>. L'absence de protection de la dénomination Camembert peut d'ailleurs être imputable à ce contexte : *"Il fallait se protéger dès le départ. Mais c'était une région beaucoup trop aisée, où ils avaient d'énormes moyens. Ils ne se sont pas posé de questions parce que tout allait bien. Ils ne se sont pas aperçus que tout autour, tout le monde s'est mis à faire la même chose et qu'ils étaient copiés. Mais comme ils roulaient sur l'or"*<sup>377</sup>.

Cette réticence au changement s'accompagne d'une faible conscience collective, qui s'exprime aussi bien dans le domaine agricole que politique. L'analyse en termes d'ancrage fait ainsi apparaître une société augeronne peu encline à se mobiliser, dominée par une élite de propriétaires, qui contraste avec des départements comme la Manche, plus réceptifs aux évolutions : *"Le pays d'Auge, ce sont de très grands domaines avec des domestiques, jusqu'à il y a dix – quinze ans. Alors que dans la Manche, vous avez un découpage avec des fermes beaucoup plus petites avec des familles, et avec des collectifs, des structures communales où on mettait les génisses ensemble. Dans le Calvados, il n'y a pas de sociétés de chasse par exemple. Si vous n'êtes pas propriétaires, vous n'avez pas le droit de chasser. C'est une autre mentalité. La Manche était beaucoup plus pauvre, à l'image de la Bretagne, et le développement agricole a été mieux diffusé"*<sup>378</sup>. Ce clivage renvoie à la distinction opérée par J.-P. Houssel entre France blanche et France républicaine, déterminante pour le développement agricole (Houssel, 2000, voir chapitre 3). Ce caractère individualiste transparaît également dans la relative absence de structures coopératives. Evoquée par un certain nombre d'interlocuteurs, la faible proportion des CUMA dans le pays d'Auge est révélatrice : *"Il y a l'idée de ne pas être lié, de rester libre, de ne pas être engagé. On se disait roi chez soi. C'est vrai qu'on est assez individualiste. On n'est pas Breton, on n'est pas Manchot, et on n'est pas des gros céréaliers. Ça fait partie de notre fond. Traditionnellement, on est seul avec ses animaux"*<sup>379</sup>. De la même façon, la coopération intercommunale est plus difficilement assimilée dans le pays d'Auge qu'ailleurs : *"On a un important morcellement des communes, certaines étant très peu peuplées. Et puis c'est quand même dans le pays d'Auge qu'il y a encore des territoires qui ne sont pas structurés en communauté de communes. On a des maires qui en sont à leur cinquième ou sixième mandat"*<sup>380</sup>.

Ainsi, en dépit de son apparente richesse et de son importante fréquentation touristique<sup>381</sup>, le pays d'Auge apparaît aujourd'hui comme un territoire en crise, comme en

<sup>376</sup> Un producteur de lait dans le Pays d'Auge.

<sup>377</sup> Un directeur de fromagerie dans le Pays d'Auge.

<sup>378</sup> Un responsable de fromagerie dans la Manche.

<sup>379</sup> Un producteur de lait du Pays d'Auge.

<sup>380</sup> Un agent de développement dans le Pays d'Auge.

<sup>381</sup> Le Pays d'Auge est en effet souvent qualifié de "21<sup>ème</sup> arrondissement de Paris".



témoigne son classement en "zone défavorisée" par l'Union Européenne<sup>382</sup> : *"Il y a des gens riches, mais le pays n'est plus économiquement riche, Depuis deux ans, il y a des boîtes qui ferment partout en Normandie"*<sup>383</sup>. L'attractivité économique et la formation sont aujourd'hui des thèmes récurrents du développement augeron. Le contexte particulier qui caractérise le pays d'Auge est déterminant car il fournit un cadre qui conditionne en partie les coordinations entre acteurs. Soulignons à cet égard le rôle ambigu joué par ce manque de dynamisme dans l'image de cette région. Le paysage bocager augeron est entre autres imputable à l'absence de remembrement, révélatrice de cette mentalité conservatrice. Le pays d'Auge apparaît ainsi aujourd'hui comme un territoire préservé, ce qui constitue un atout au vu des attentes de la société et d'une certaine catégorie de touristes : *"Les évolutions, on n'aime pas trop ça, on les appréhende difficilement. Le pays d'Auge n'a pas culbuté toutes ses haies, il n'a pas arraché ses arbres, donc, il a gardé un attrait. C'est aujourd'hui un joyau, mais si c'est si joli et si ça a conservé son charme, c'est peut-être parce qu'on n'y a jamais rien fait"*<sup>384</sup>.

La prégnance des acteurs politiques observée en Normandie est également très forte dans le pays d'Auge. Les trajectoires suivies par le Comité Interprofessionnel de Promotion du Pays d'Auge (CIPPA) et le pays "Pays d'Auge Expansion" sont à cet égard significatives. Créé en 1978, le CIPPA est issu de la mobilisation de quelques agriculteurs augerons, soucieux de conserver le caractère traditionnel de leur territoire – et de leurs produits – face aux logiques d'intensification agricole. La démarche s'est rapidement élargie au développement rural dans son ensemble, en partie à cause d'opportunités financières européennes. Les premières actions dédiées au développement agricole (mise aux normes des bâtiments d'élevage, promotion des produits) ont donc été renforcées par des opérations orientées vers d'autres secteurs d'activité, au premier rang desquels le tourisme, localisé notamment le long de la Côte Fleurie, au nord. Le CIPPA a également mis en place une structure spécifiquement dédiée aux produits fermiers, l'Association des Produits du Terroir du Pays d'Auge, qui a vocation à mettre en réseau les producteurs fermiers augerons, à promouvoir les points de vente à la ferme (cidre, fromage, viande...) et à participer à un certain nombre de foires et salons. Enfin, les AOC fromagères ont profité de l'appui du CIPPA à partir des années 1990 dans le but de mettre en place des circuits de visite dans les fromageries augeronnes, jusqu'alors extrêmement rares, par opposition au secteur cidricole. Structure à caractère intégralement professionnel, le CIPPA n'en a pas moins bénéficié de l'appui – ou du moins de la bienveillance – d'un certain nombre d'élus départementaux et régionaux de premier plan. La mise en place des pays à partir de 1994 a été l'occasion pour les acteurs politiques de réaffirmer leur autorité sur les démarches de développement, notamment à travers la création d'un Groupe d'Action Locale (GAL), sensé préfigurer le futur pays. Composé d'une majorité d'élus, le GAL intègre un certain nombre de professionnels issus du CIPPA, ce qui le contraint à modifier ses statuts.

"Pays d'Auge Expansion" naît finalement en 1995, avec un projet fondé sur le développement des différents secteurs économiques : agriculture, tourisme et industrie. Impliqué dans la structure, le CIPPA peine malgré tout à trouver sa place : *"D'un certain côté, on dérangeait un peu certains élus. Il y a eu des périodes un peu tendues, et il y en a toujours. Les élus, à partir du moment où ils ont les pouvoirs, je trouve qu'ils ne s'appuient pas assez sur le travail de réflexion et sur l'apport de projets des acteurs locaux. On a des difficultés à faire reconnaître que les idées intéressantes pour le territoire ne sont pas seulement celles des élus. On avait proposé au pays un dossier destiné à recevoir des fonds européens pour la*

<sup>382</sup> Voir à ce sujet l'intéressant dossier réalisé par J. Lévêque, paru dans la revue Pays d'Auge en 2002 : *Pour le Pays d'Auge - contribution à un débat* (n°6).

<sup>383</sup> Un agent de développement dans le Pays d'Auge.

<sup>384</sup> Un agent de développement du Pays d'Auge.

*promotion des produits. On s'est fait balayer par les élus qui nous ont dit que l'avenir était dans les nouvelles technologies. On a vu que les responsables agricoles ne faisaient pas le poids*"<sup>385</sup>. Les actions mises en place en faveur des produits de qualité illustrent cette mainmise de la sphère publique. Dans le cadre de Pays d'Auge Expansion, les élus sont porteurs d'une démarche de label rouge sur la viande bovine normande, projet qui ne semble pas faire l'unanimité des professionnels en termes de faisabilité. Par ailleurs, afin de profiter des crédits européens alloués aux nouvelles technologies, un projet de "marché virtuel des AOC" est à l'étude. L'idée est de créer une plate-forme logistique destinée à commercialiser les produits d'appellation augeron via des achats en ligne sur Internet. Là encore, beaucoup d'interlocuteurs doutent de l'adéquation entre ce projet et les besoins réels des producteurs :

- *"Les nouvelles technologies, c'est à la mode. Je pense que ce n'est pas si évident, même si ça peut contribuer à la communication. C'est une démarche d'élus"*<sup>386</sup>.
- *"Parfois, les élus ont des idées toutes faites, les producteurs ne sont pas associés. Si on peut envisager d'expédier du cidre, c'est exclu pour les fromages"*<sup>387</sup>.

Ainsi, la trajectoire suivie par le pays d'Auge se caractérise par une forme de gouvernance à dominante publique, dans laquelle les professionnels sont peu représentés, notamment par manque d'initiative de leur part : *"Les grands projets sont plutôt tirés par les décideurs locaux, pas par les producteurs de base. Il y a très peu de dynamique collective et on passe à côté de synergies, c'est dommage"*<sup>388</sup>. D'autres projets sont également en cours de négociation, parmi lesquels un "Observatoire des AOC du Pays d'Auge" et une "Maison des AOC", vitrine touristique dédiée à la promotion des produits d'appellation.

Si le pays d'Auge apparaît comme central dans les démarches de promotion des produits de qualité en Normandie, il semble que ce territoire soit lui-même structuré par un "cœur", dont les limites correspondent au canton de Cambremer. En dépit des lacunes augeronnes en matière d'action collective, ce canton a suivi une trajectoire spécifique, fondée sur une mobilisation avant tout professionnelle – en l'occurrence les producteurs de cidre – visant à la relance d'un produit en perte de vitesse. Initiée à partir des années 1960, la structuration de l'activité cidricole autour de Cambremer se matérialise dans un premier temps par la création d'un syndicat du cru de Cambremer (1961). Un travail est réalisé sur la qualité du produit (recherche de régularité), qui aboutit en 1996 à la création d'une mention spécifique "Cambremer", distincte de l'AOC cidre "Pays d'Auge", obtenue dix ans plus tôt. Les liens tissés par les producteurs fermiers du canton concernent les aspects techniques (Certificat de Spécialisation cidricole au Lycée Agricole du Robillard, situé à Saint-Pierre sur Dives dans le Calvados) et promotionnels, à travers l'organisation, en lien avec l'Office de Tourisme de Cambremer, d'une "Route du Cidre" dès 1974, et la mise en place de visites de fermes. Bien que réelle, cette mobilisation professionnelle demeure néanmoins soutenue par un certain nombre d'acteurs politiques ayant joué un rôle déterminant dans le développement de la filière. La création en 1994 du Festival des AOC de Cambremer résulte également d'une impulsion politique. Au départ réservée aux produits cidricoles, cette manifestation a ensuite été élargie à l'ensemble des appellations normandes. Le festival possède la particularité de se dérouler sur deux journées : la première est consacrée aux professionnels (colloques et échanges sur les aspects techniques, juridiques et économiques), la deuxième est destinée au grand public (manifestations culturelles, dégustations, ateliers d'initiation...). La fréquentation

<sup>385</sup> Un responsable du CIPPA.

<sup>386</sup> Un responsable professionnel de Pays d'Auge Expansion.

<sup>387</sup> Un responsable de l'Union des Associations de Producteurs AOC.

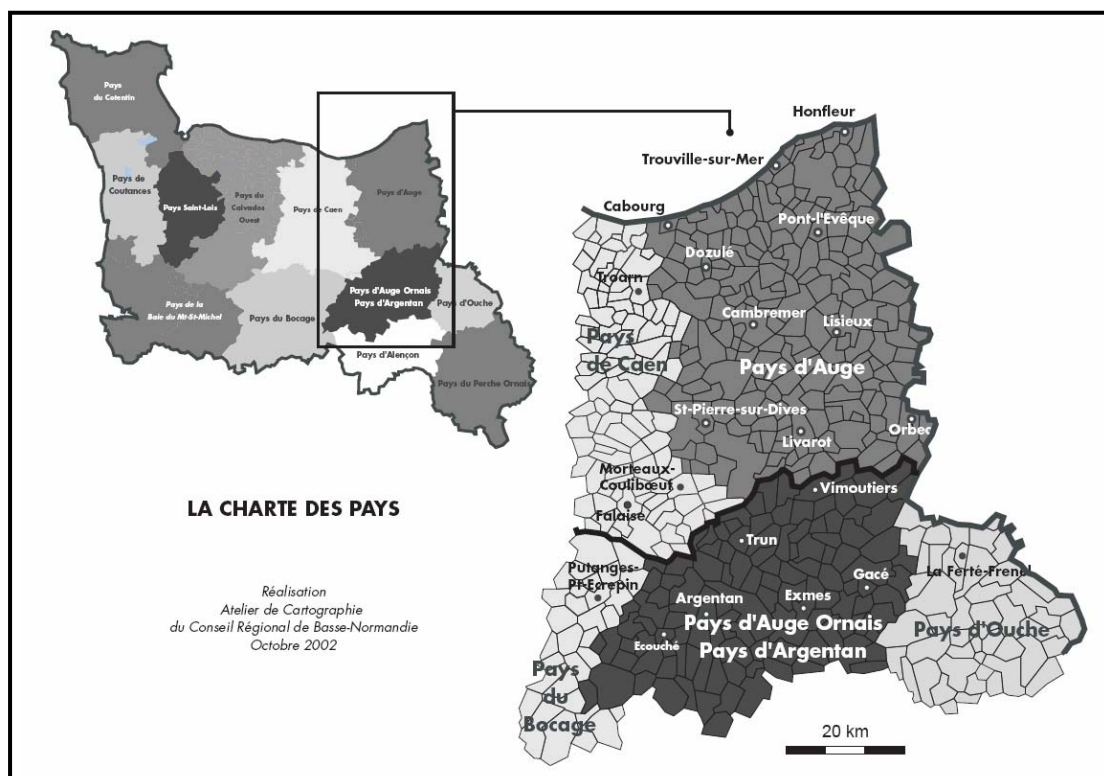
<sup>388</sup> Un agent de développement de Pays d'Auge Expansion.

atteint alors 5 000 personnes. A noter que la localisation de ce festival à Cambremer a fait l'objet d'une intense négociation : *"On a eu à se battre pour le fixer là. Des gens disaient "pourquoi pas à Lisieux ou à Livarot ?". Les communes étant fortement impliquées, on n'a pas pu nous le faire bouger, maintenant, c'est bien instauré. Le Festival des AOC est devenu une tribune des AOC, de l'INAO, du discours sur l'agriculture de qualité"*<sup>389</sup>.

### 1.3. Un ou plusieurs pays d'Auge ?

Sans être forcément une faiblesse, la suprématie de la sphère publique induit malgré tout une rupture dans le territoire augeron. Situé majoritairement dans le Calvados, le pays d'Auge concerne également un certain nombre de communes dans le département de l'Orne. Le fort sentiment identitaire n'a semble-t-il pas suffi à transcender les maillages administratifs. Ainsi, Pays d'Auge Expansion ne concerne que la partie calvadosienne du pays d'Auge, tandis que les communes ornaïses ont préféré se tourner vers Argentan pour former une autre structure : "Pays d'Argentan – Pays d'Auge Ornaïs" (PAPAO) (carte ci-dessous).

Carte 33 : les Pays en Basse-Normandie



Source : Conseil Régional de Basse-Normandie, 2004.

Il est d'ailleurs intéressant de noter que durant ses premières années, le CIPPA travaillait indifféremment avec les producteurs du Calvados et de l'Orne, ceci jusqu'à la "reprise en main" du pays d'Auge par les acteurs politiques : *"Les frontières administratives ont prévalu. Ils se sont demandé qu'est-ce qu'ils allaient avoir s'ils se coupaient du département et de la préfecture. Les jeux de pression ont joué complètement. On avait un territoire qui était vraiment homogène"*<sup>390</sup>. Sans être antagonistes, les trajectoires des espaces augerons, ornaïs et calvadosiens suivent aujourd'hui des voies différenciées, même si les liens

<sup>389</sup> Un responsable politique du Pays d'Auge.

<sup>390</sup> Un responsable du CIPPA.

ne sont pas complètement coupés. Les préoccupations du PAPAO ne concernent que très peu la promotion des produits agricoles. Les discontinuités qui caractérisent le pays d'Auge ne sont pas seulement politiques, mais également économiques et démographiques, ce qui fait dire à de nombreux interlocuteurs qu'il n'existe non pas un mais deux pays d'Auge, séparés par une ligne imaginaire passant par Pont-l'Évêque et Dozulé. La problématique qui prévaut au nord est celle de la Côte Fleurie et de son tourisme balnéaire. La pression foncière imputable aux résidences secondaires et au développement des haras<sup>391</sup> tend à "chasser" peu à peu l'activité agricole traditionnelle et contribue à une croissance démographique accélérée. Le sud se caractérise à l'inverse par une population moins fortunée, plus rurale et plus vieillissante. Sans parler de déclin démographique, l'émigration des jeunes n'est pas sans poser des problèmes du point de vue de l'emploi. Le territoire souffre d'un enclavement plus important (infrastructures routières). Le projet d'aménagement du port du Havre ("Port 2000") constitue une opportunité pour le développement du pays d'Auge, même si les retombées en termes d'emploi et d'infrastructures devraient concerner essentiellement le nord du territoire.

#### **1.4. Les AOC fromagères dans les contextes bas-normand et augeron, éclatement des démarches et faible représentativité**

Si l'on privilégie une entrée par les AOC fromagères, les résultats de terrain sont conformes à ceux présentés dans le chapitre consacré aux ressources productives : une dispersion des démarches et une dilution de l'image des produits. A l'échelle de la région, les initiatives partiellement évoquées concernant le pays d'Auge cohabitent avec des actions menées par des acteurs, notamment des fromageries, situés hors de ce territoire. Cet éclatement confirme la primauté des transformateurs sur les filières fromagères AOC.

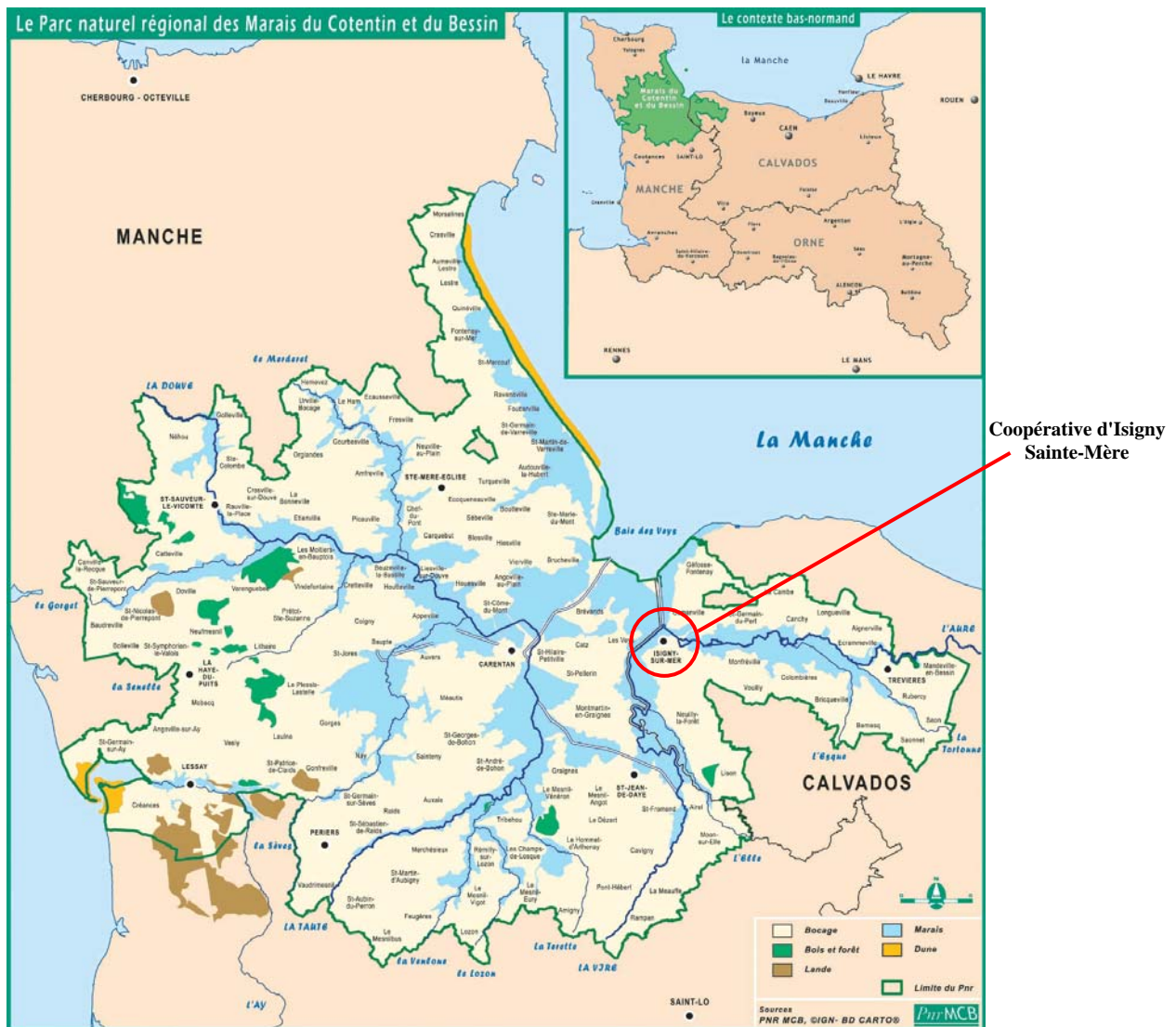
Principal acteur des AOC fromagères situé hors du pays d'Auge, la Coopérative d'Isigny Sainte-Mère (Bessin, nord-ouest du Calvados) a mis en place à partir des années 2000 un circuit de visite de la fromagerie à Isigny, notamment destiné aux écoles : *"C'était un besoin local pour ancrer quelque chose à l'ouest du département, donc on est parti là-dedans. La quadrature, c'était de faire comprendre aux gens ce qu'on faisait sans les faire entrer dans les ateliers pour des raisons sanitaires évidentes"*<sup>392</sup>. Les 13 000 visiteurs reçus en 2004 sont notamment imputables à une localisation favorable (proximité des plages du Débarquement, de Bayeux, du Mémorial de Caen, voire du Mont Saint-Michel). Pour accentuer sa démarche, la coopérative a initié des partenariats avec le PNR des Marais du Bessin et du Cotentin (carte ci-dessous). Un projet de visite d'exploitation est désormais à l'étude, afin d'avoir une vue d'ensemble de la filière. Des liens existent également avec l'Association de Développement Touristique Local du Bessin (ADTLB), dont le but est de diversifier l'offre touristique locale et de favoriser les coordinations avec d'autres types d'acteurs, notamment les restaurateurs.

---

<sup>391</sup> Les chiffres du RGA de 2000 montrent que la Basse-Normandie est la première région française pour les chevaux de course avec 14 % des effectifs. Le Pays d'Auge fait partie des bassins importants (cantons de Mézidon-Canon, Balleroy, Cambremer, Pont-l'Évêque et Livarot).

<sup>392</sup> Un responsable de la Coopérative d'Isigny Sainte-Mère.

Carte 34 : le parc naturel régional des Marais du Bessin et du Cotentin



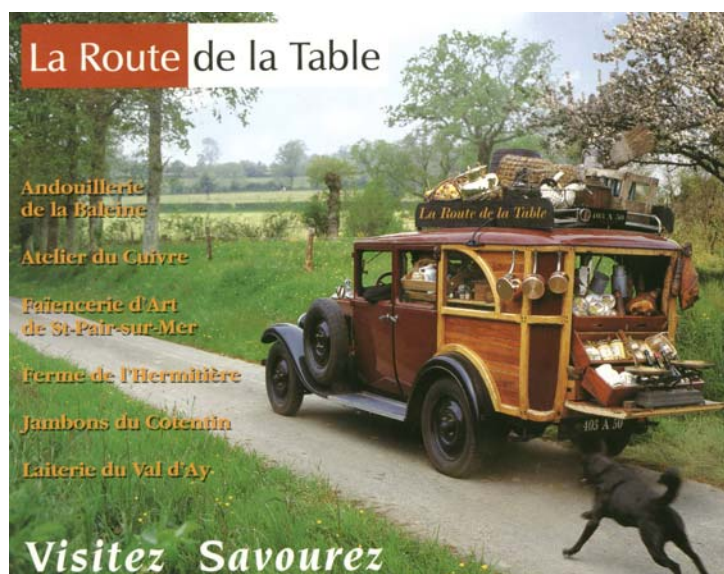
Source : parc naturel régional des Marais du Bessin et du Cotentin, 2005.

Un autre exemple de démarche d'ouverture vers le tourisme nous est donné par la fromagerie Réaux, située dans la Manche (commune de Lessay, Bocage). En lien avec un certain nombre d'autres produits alimentaires du département (cidre, Calvados, andouille), un réseau s'est constitué en 1988 : la Route de la Table. Fondé sur la visite des différents sites et la vente des produits, ce réseau bénéficie de l'appui de la CCI de la Manche et permet à la fromagerie d'accueillir chaque année environ 12 000 personnes : *"Les visites, ça pèse moins de 2 % du chiffre d'affaires de la fromagerie, mais par contre, ça nous a aidés en termes d'image. Je pense qu'on a fixé des gens au niveau régional"*<sup>393</sup>.

<sup>393</sup> Un responsable de la fromagerie Réaux.



**Figure 1 : la Route de la Table dans le département de la Manche**



Source : CCI de la Manche, 2004.

Ainsi, de nombreuses fromageries AOC bas-normandes sont à l'origine de coordinations avec d'autres acteurs du territoire, débouchant sur une ébauche de paniers de biens. Nous avons d'ailleurs été frappé de constater que les relations de concurrence qui prévalent dans l'activité commerciale concernent également ces démarches touristiques : *"Depuis un ou deux ans, on constate une baisse de la fréquentation. Il y a une telle offre dans la visite d'entreprise que les consommateurs font des choix. Si on veut continuer, il faudra se professionnaliser davantage, apporter quelques améliorations"*<sup>394</sup>. De telles situations existent à l'échelle locale, l'implication des acteurs de la transformation relève parfois de cette concurrence : *"On est très sollicité, les clubs sportifs, les écoles sont très demandeurs. Ça peut avoir un intérêt pour contrer nos concurrents, qui sont très présents à ce niveau là"*<sup>395</sup>.

A l'échelle du pays d'Auge, les entreprises de transformation sont également porteuses de démarches orientées vers le tourisme. Ainsi, la fromagerie Graindorge (commune de Livarot, pays d'Auge) possède également un circuit de visite de ses locaux (35 000 visiteurs en 2004) et offre la possibilité de visiter des exploitations. Outre les produits, l'entreprise entend faire la promotion de la race Normande à travers des opérations de parrainage. La fromagerie s'inscrit en complémentarité avec le canton de Cambremer, davantage orienté sur le cidre. Des liens relativement étroits existent d'ailleurs entre les deux réseaux. L'offre touristique augeronne est également renforcée par le Domaine de Saint-Hippolyte (près de Lisieux). Créé en 1992 par l'Union Nord-Ouest Génétique, ce domaine est constitué d'une exploitation agricole et d'une fromagerie, et a vocation à promouvoir la race Normande à travers la vente de produits laitiers et carnés. Un espace est également réservé à la fabrication de cidre. La structure accueille des touristes (près de 18 000 en 2004), mais également des professionnels et des élèves de lycées agricoles. Des démarches plus ou moins abouties de valorisation des fromages existent également à Pont-l'Evêque (visite d'une fromagerie artisanale), à Vimoutiers (musée du Camembert) et sur la commune même de Camembert (structures gérées par Lactalis), mais relèvent toutes d'une dynamique qui leur est propre. Les éventuelles coordinations mises en place dans ces différents lieux prennent des formes très

<sup>394</sup> Un responsable de fromagerie AOC.

<sup>395</sup> Un responsable de fromagerie AOC.

différentes et ne sont en aucun cas liées entre elles. Face à ces démarches individuelles, l'Union des Associations de Producteurs AOC s'efforce également de mettre en place des visites d'exploitations, mais se heurte alors au manque d'implication des éleveurs, dont la présence au niveau des syndicats d'appellation apparaît somme toute récente. Leur participation au Festival des AOC de Cambremer est également faible : *"Les producteurs ne voient pas trop leur place, il faut les motiver, mais ils n'ont pas le temps, et puis le mois de mai, c'est une mauvaise période pour eux"*<sup>396</sup>. Les principaux intéressés demeurent les acteurs directement en contact avec les consommateurs (transformateurs, producteurs fermiers).

Ainsi, le pays d'Auge apparaît d'abord comme un territoire de cidre et de cheval avant d'être un territoire fromager. A titre d'exemple, les producteurs fermiers impliqués dans le réseau du CIPPA sont à une écrasante majorité des producteurs de cidre. La signalétique mise en place ne fait que confirmer cette tendance. Le caractère fermier de cette production facilite la lisibilité sur le terrain. La concentration des entreprises est à cet égard un handicap. L'image des fromages est donc beaucoup plus confidentielle et incertaine, le Camembert fabriqué en Normandie (sans AOC) étant toujours présent. Plusieurs interlocuteurs évoquent à ce sujet l'existence d'une "Route des Fromages de Normandie" passant par les communes de Pont-l'Évêque, Livarot, Saint-Pierre sur Dives (présence d'un musée du fromage) et Camembert. Mis à part sa présence dans certains guides touristiques, cette route ne proposait aucun élément particulier : *"Il y a eu une route des fromages, mais elle ne débouchait sur rien de concret. Il y avait juste les panneaux. Ça n'existe plus aujourd'hui"*<sup>397</sup>.

En conclusion, l'affirmation de l'image des fromages AOC bas-normands semble donc passer dans un premier temps par une intégration plus importante dans les réseaux augerons existants (cidre) et par un renforcement de l'articulation entre les différents démarches qui viennent d'être évoqués. D'une manière générale, les produits alimentaires bas-normands sont aujourd'hui confrontés à une évolution de l'offre touristique régionale : *"Globalement, ce n'est pas un tourisme très dynamique, car assez passéiste. Quand on a un tourisme de mémoire – les plages – et un tourisme de pèlerinage, on peut s'inquiéter de la destinée de ce tourisme là"*<sup>398</sup>. Les professionnels réfléchissent à un rajeunissement de l'image normande à travers le développement de nouvelles activités (nautisme, vélo). Dans ce contexte en mutation, la place des AOC fromagères reste à trouver. Il n'est pas sûr que le repositionnement de l'offre touristique bas-normande soit en adéquation avec les valeurs véhiculées par les fromages et par les produits de qualité. D'une part, des complémentarités sont à construire, notamment entre le sud du pays d'Auge – haut lieu de la gastronomie normande – et le tourisme balnéaire de la Côte Fleurie. D'autre part, les acteurs des filières doivent réfléchir à une meilleure cohérence entre les démarches individuelles à l'échelle régionale, aujourd'hui encore teintées d'une relative ignorance, voire de concurrence. Les distances importantes entre les fromageries demeurent à cet égard un handicap difficilement contournable<sup>399</sup>.

---

<sup>396</sup> Une responsable de l'Union des Associations de producteurs AOC.

<sup>397</sup> Un professionnel du tourisme dans le Calvados. A noter qu'une plaquette éditée par le Comité Départemental du Tourisme du Calvados est révélatrice de cette confusion. La plaquette présente les différentes routes touristiques du département (cidre, Suisse Normande, moulins), le fromage est totalement absent, en dépit du fait que la page de garde de cette plaquette présente la photo d'un camembert.

<sup>398</sup> Un responsable du Comité Régional du Tourisme de Basse-Normandie.

<sup>399</sup> Le Pays d'Auge est à 1h30 d'Isigny sur Mer, et à deux heures de la fromagerie Réaux (Manche).

## 2. Les AOC fromagères en Région Centre : une image confidentielle et des stratégies territoriales divergentes

Si elle est une Région difficile à situer, le Centre apparaît en outre comme totalement inexistant sur le plan touristique. Les stratégies de communication territoriale s'appuient donc sur des territoires jugés davantage porteurs (Berry, Touraine). Dans ce contexte particulier, les AOC caprines restent confidentielles et peinent à travailler ensemble pour affirmer leur place.

### 2.1. La Région Centre : entité administrative, "non-territoire" touristique

En dépit de "débordements" vers d'autres régions (Poitou-Charentes, Bourgogne), les aires des AOC caprines sont majoritairement situées en Région Centre. Ce territoire constitue donc le premier espace à étudier dans l'analyse des stratégies de mobilisation des ressources territoriales. Pourtant, à la différence des noms évocateurs que sont la Savoie ou la Normandie, le Centre apparaît comme une entité spatiale sans contenu pour les touristes et/ou les consommateurs, et donc sans notoriété. Son unité pose également question, dans la mesure où la région résulte d'un assemblage de territoires très différents, et très distants, les uns des autres. Cette particularité est ressentie par la plupart des acteurs interrogés :

- *"Le problème, c'est que la Région Centre, on ne sait pas trop quand elle commence et quand elle s'arrête. Les touristes, ils ne savent pas ce que c'est"*<sup>400</sup>.
- *"Chez nous, on n'a pas de chance. On n'a pas de nom bien vendeur : Centre, ça ne vaut rien en communication"*<sup>401</sup>.

Au-delà de son caractère flou, le Centre est fréquemment confondu avec le Massif Central ou l'Auvergne, ce dont souffrent notamment les produits désireux de se rattacher à un territoire : *"Au Salon de l'Agriculture, on est toujours obligé de repositionner notre région par rapport au Massif Central, qui est perçu comme le Centre de la France. Pour beaucoup de gens, le Centre, c'est Limoges, voire Clermont-Ferrand. Ce n'est absolument pas vendable à l'extérieur"*<sup>402</sup>. Pendant plusieurs années, le Comité Régional du Tourisme du Centre, conscient du problème, s'était appuyé sur un des rares éléments d'unité de la région, la Loire, et assurait la promotion de la région à travers la dénomination "Centre – Val de Loire", notamment à l'étranger. Cette dénomination n'apparaissait pas satisfaisante pour l'ensemble des élus, étant donné qu'elle induisait une confusion avec Pays de Loire et qu'elle n'englobait pas l'ensemble des départements de la région<sup>403</sup>. Les élus du Conseil Régional ont donc souhaité ne conserver que le Centre dans la stratégie de communication. Le manque d'unité et de lisibilité territoriale ne nuit cependant pas à l'attractivité touristique de la région, mondialement connue pour son patrimoine historique et culturel constitué par de nombreux monuments et surtout par les châteaux de la Loire qui attirent chaque année plusieurs centaines de milliers de visiteurs<sup>404</sup>. La région Centre jouit également de plusieurs espaces naturels préservés (Val de Loire, Sologne), et bénéficie d'une position géographique intéressante : proche de Paris et à égale distance entre l'Europe du Nord et l'Europe du Sud.

---

<sup>400</sup> Un responsable de fromagerie en Région Centre.

<sup>401</sup> Un agent de développement touristique en Région Centre.

<sup>402</sup> Un responsable de syndicat AOC en Région Centre.

<sup>403</sup> La Loire ne coule ni dans l'Indre, ni dans l'Eure-et-Loir.

<sup>404</sup> Parmi lesquels Chambord (650 000 visiteurs), Blois (260 000), Azay-Le-Rideau (200 000) et Amboise (150 000). Source : Comité Régional du Tourisme du Centre, 2004.



En termes de produits, le Centre est avant tout connu pour ses vignobles, qui s'étendent le long de la Loire de Nantes à Sancerre. Là encore, les dénominations prêtent à confusion, dans la mesure où le BIVC (Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre) assure la gestion des AOC et VDQS dites "du Centre", dont l'appellation Sancerre), tandis "qu'Interloire" gère l'ensemble des appellations Anjou, Saumur et Touraine. Le CIVN (Comité Interprofessionnel des vins de Nantes) constitue la troisième interprofession. Au niveau des instances touristiques régionales, le vignoble figure parmi les axes forts de la promotion, au même titre que le patrimoine culturel (châteaux, villes et cités de caractère) et le tourisme de nature (parcs et jardins). L'image des AOC caprines est en adéquation avec leur poids économique : confidentielle. Le problème de l'échelle fait quoi qu'il en soit l'objet de réflexions de la part des professionnels du tourisme et des élus qui, confrontés à une concurrence nationale et désormais européenne, s'interrogent sur la stratégie à suivre en fonction du public visé : *Il faudrait peut-être adjoindre Val de Loire, c'est une question débattue depuis longtemps. On tourne la question dans tous les sens, mais on n'arrive pas à trouver la solution*"<sup>405</sup>.

Pour y remédier, la communication institutionnelle passe très souvent par les territoires constitutifs du Centre, qui correspondent soit à d'anciennes provinces (Berry, Touraine), soit à des régions naturelles (Sologne, Vallée du Cher...) : *"C'est clair que c'est plus facile de s'appeler Bretagne, alors il vaut mieux passer par les grands pôles : Berry, Touraine, Val de Loire"*<sup>406</sup>. C'est ainsi que la Région soutient financièrement des campagnes de promotion concernant ces espaces davantage positionnés sur la dimension gastronomique, dans lesquels les appellations caprines parviennent à trouver une place plus significative.

## **2.2. Des démarches éclatées fondées sur des territoires issus d'anciennes provinces (Berry et Touraine) et de régions naturelles (Vallée du Cher)**

Le choix des échelles berrichonnes et tourangelles ne renvoie pas seulement à des impératifs de marketing territorial<sup>407</sup>, mais également à des aspirations identitaires fortes. Correspondant globalement aux départements du Cher et de l'Indre, le Berry se présente comme un territoire rural et agricole marqué par l'isolement et une certaine pauvreté : *"Le Berry a toujours été une région laissée pour compte. C'était agricole, en plein centre de la France, et puis on y passait sans s'y arrêter"*<sup>408</sup>. Dans les discours, le qualificatif "berrichon" est souvent connoté de manière péjorative : *"On dit que dans l'ensemble, les gens d'ici sont plutôt moins entreprenants, plus renfermés, sans doute moins porteurs de projets"*<sup>409</sup>. L'image de la région semble ainsi véhiculer un certain nombre de valeurs négatives et archaïques : *"Dans les mentalités, les gens d'ici sont peut-être un peu pessimistes dans l'ensemble. Ils ont un regard sur eux-mêmes qui n'est pas forcément très valorisant. Les Bretons ou les Angevins sont fiers de l'être. Si les Berrichons ne sont pas fiers d'eux, c'est embêtant. L'image du Berry n'est pas très reluisante, c'est l'idée des culs-terreux, de la France profonde, des superstitions aussi"*<sup>410</sup>. La présence à Blancafort (Cher) d'un musée de la sorcellerie semble d'ailleurs corroborer cette réflexion. La situation géographique du Berry – à l'écart des châteaux de la Loire – a nécessité un positionnement différent en termes d'offre touristique. Les acteurs des

<sup>405</sup> Un élu du Conseil Régional du Centre.

<sup>406</sup> Un responsable du Comité Régional du Tourisme du Centre.

<sup>407</sup> Une illustration du caractère "vendeur" de ces territoires est donnée par la dénomination d'un groupement d'intérêt économique, regroupant des producteurs fermiers de fromage de chèvre situés dans toute la Région : le GIE Berry Touraine. Un temps pressenti, la dénomination "GIE Centre" a finalement été abandonnée.

<sup>408</sup> Un responsable de la Chambre Départementale d'Agriculture du Cher.

<sup>409</sup> Un agent de développement de l'Indre.

<sup>410</sup> Un responsable de la Chambre Régionale d'Agriculture.

deux départements sont donc parvenus à surmonter les clivages administratifs dans le but de valoriser leurs propres ressources : *"Les deux CDT travaillent uniquement à l'échelle du Berry. On a fait abstraction de notre identité départementale au profit d'une identité Berry, qui est commune avec le Cher. Nous travaillons depuis plusieurs années sur le Berry, en associant trois partenaires : le Cher, l'Indre et la Région Centre"*<sup>411</sup>. L'absence de notoriété des deux départements est donc compensée par leur union dans un territoire davantage porteur : *"L'Indre n'est pas connue, la Région Centre n'est pas facile à cerner pour quelqu'un qui vient du Sud. Le Berry, on y arrive mieux parce que c'est une ancienne province. On a des retombées qui sont plus concrètes, même si l'image du Berry n'est pas très positive"*.

Relativement rare à l'échelle nationale, cette stratégie bi-départementale initiée il y a une dizaine d'années a semble-t-il été d'abord voulue par les techniciens, qui ont su convaincre les élus du bien fondé de la démarche. Les ressources mises en valeur renvoient aussi bien à la dimension culturelle (château de Valençay, musée Georges Sand) que naturelle (étangs de la Brenne). Les produits de terroir occupent une place centrale. Si les vins sont les mieux représentés (Sancerre, Ménetou-Salon, Châteaumeillant), les fromages AOC berrichons (Crottin de Chavignol, Valençay et Poulligny Saint-Pierre) parviennent à être relativement bien identifiés : *"C'est de cette image arriérée qu'on s'évertue à se séparer, au profit d'une image qui est celle de la qualité de vie, de l'offre touristique et culturelle, et des produits du terroir"*<sup>412</sup>. La proximité parisienne a amené les acteurs à privilégier cette clientèle en réfléchissant à l'organisation de courts séjours toute l'année. Toutefois, la principale manifestation touristique concerne principalement les produits alimentaires : *"Le Berry à Paris"*. Organisé tous les ans au mois de mai dans le septième arrondissement, le Berry à Paris prend la forme d'un marché permettant aux producteurs berrichons de faire connaître leurs produits. La troisième édition qui a eu lieu en 2004 a permis d'attirer plus de 35 000 visiteurs sur trois jours (chiffre en augmentation). Les AOC fromagères ont largement profité de ce succès, avec des ventes supérieures à celles du Salon de l'Agriculture. Cette manifestation est résulte donc de la coopération entre les deux départements, soutenue par le Conseil Régional.

La stratégie visant à s'appuyer sur les dénominations des anciennes provinces pour valoriser les ressources locales est également mise en œuvre par le département d'Indre-et-Loire, qui communique quant à lui sur la Touraine, étant donné l'étroite correspondance entre les deux territoires. A l'inverse du Berry, la Touraine apparaît porteuse de valeurs extrêmement positives, déterminantes dans l'identité locale : *"La Touraine a cette image universitaire, patrimoniale et culturelle, beaucoup plus forte que le Berry. Les images associées sont des images de fleuve, de château, de lumière"*<sup>413</sup>. Le positionnement touristique est de ce fait totalement différent. Si le Berry bénéficie d'une image plus marquée en matière de produits de terroir, la Touraine communique sur l'art de vivre et le caractère préservé de son environnement : *"On veut communiquer sur un esprit évocateur des valeurs de la France, l'humanisme, l'harmonie entre l'homme et la nature, la littérature. On veut évoquer une certaine élégance. Notre fond de commerce, ce sont les châteaux de la Loire, d'où l'expression du jardin de la France. La présence du vin participe à cet art de vivre, c'est un produit noble qui se partage"*. Les produits de qualité sont donc là encore dominés par les vins (appellations de Touraine : Chinon, Bourgueil, Vouvray). Le fromage de Sainte-Maure de Touraine n'apparaît pas comme un axe stratégique à l'échelle départementale. Les professionnels ont en revanche créé le Pôle Elevage Qualité Touraine, une structure ayant

<sup>411</sup> Un responsable du Comité Départemental de l'Indre.

<sup>412</sup> Un responsable du Comité Départemental du Cher.

<sup>413</sup> Un responsable du Comité Départemental du Tourisme d'Indre-et-Loire.

vocation à réaliser des opérations de promotion des produits tourangeaux issus de l'élevage (géline, poulet fermier, agneau, porc et fromage).

En dépit de positionnements relativement différents, les deux régions semblent s'inscrire dans une relation de concurrence : *"Pour l'accueil, tous les territoires sont quasiment concurrents. Des offres touristiques à deux heures de Paris, il y en a plein. On joue un peu sur les mêmes potentialités. A chacun de faire la différence en fonction des moyens qu'on peut mobiliser, on émerge ou on n'émerge pas. On est visible dans la concurrence ou pas"*. Sur certains aspects, Berry et Touraine peuvent même apparaître rivaux, notamment lorsqu'il s'agit de faire la promotion des produits. L'exemple de la fromagerie de Tournon est révélateur de ce point. Située dans le département de l'Indre (Berry), l'entreprise ne bénéficie d'aucun appui promotionnel de la part des instances touristiques et politiques berrichonnes, alors qu'il s'agit d'un des plus importants sites de fabrication du Sainte-Maure de Touraine AOC : *"C'est lié à une rivalité politique au sein de la Région Centre, qui veut que la Touraine se sente plus proche de Poitou-Charentes. En parlant de Tournon et de sa production de Sainte-Maure, l'Indre a l'impression de faire de la publicité pour la Touraine, ça passe mal, et l'Indre, c'est le Berry"*<sup>414</sup>. Déjà observée à propos des ressources productives, la propension de l'Indre-et-Loire à "regarder" vers Poitou-Charentes se vérifie à nouveau ici. L'éclatement des bassins de production s'accompagne également d'un éclatement des territoires touristiques. Les trois appellations berrichonnes (Crottin de Chavignol, Valençay, Pouligny Saint-Pierre) suivant une trajectoire distincte, la production de Selles sur Cher, majoritairement située dans le Loir-et-Cher, apparaît quelque peu en marge de ce clivage. Cette localisation à l'interface du Berry, de la Touraine et de la Sologne rend toute stratégie d'inscription spatiale de cette AOC d'autant plus incertaine.

Créé en 1988, le "Pays de la Vallée du Cher – Romorantinais" s'étend dans le sud du Loir-et-Cher sur un espace économiquement marqué par la fermeture définitive de Matra en 2003, provoquant une perte d'environ 3 000 emplois. Si le développement économique apparaît comme une priorité, la diversification vers les activités touristiques est importante. Outre son patrimoine architectural (cités médiévales de Saint-Aignan et Montrichard), le pays dispose d'un pôle d'envergure régionale à travers le zoo de Beauval, qui accueille près de 450 000 personnes chaque année. Les aménités "gastronomiques" demeurent classiques (vin et fromage), même si la vallée du Cher se distingue par une production maraîchère importante. Le Pays entretient des relations privilégiées avec le syndicat AOC Selles sur Cher. Plusieurs projets sont en cours, parmi lesquels la mise en place d'une signalétique aux abords des exploitations et aux différentes entrées de l'aire d'appellation. Il est également question de créer une route des vins (Touraine) et des fromages spécifique à la vallée du Cher.

En conclusion, la dispersion des démarches de promotion territoriale en Région Centre impliquant les AOC fromagères ne favorise pas l'émergence d'une dynamique cohérente, ce qui renforce leur caractère anecdotique. Une analyse centrée sur les filières apparaît nécessaire pour mieux cerner les tenants et les aboutissants des liens entre AOC et territoire.

---

<sup>414</sup> Un responsable de la fromagerie de Tournon.

### 2.3. Les appellations caprines dans le contexte du Centre : confidentialité de l'image et autonomie des démarches

D'une manière générale, les appellations caprines évoluent donc dans un environnement avant tout viticole qui leur laisse une place confidentielle. A l'échelle régionale, les relations entre vins et fromages – qui permettraient à ces derniers de s'affirmer davantage – sont peu développées. Des liens plus étroits existent à l'échelle locale. Ainsi, la commune de Valençay, seule commune de France à avoir donné son nom à la fois à une appellation viticole et fromagère<sup>415</sup>, se caractérise par une coopération promotionnelle entre les deux filières, dont les syndicats sont basés dans les mêmes locaux. Une structure spécifique a d'ailleurs été créée à cet effet (Association de Développement Vins et Fromages du Valençay). La situation est comparable à Chavignol, où le Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre est situé dans les mêmes locaux que le syndicat du Crottin AOC. Aucune démarche globale n'émerge cependant. D'une manière générale, l'ampleur démesurée de l'activité viticole par rapport à la production caprine (en volumes comme en notoriété) constitue un handicap : *"Ce qu'on peut regretter, c'est qu'on n'ait pas beaucoup de relation avec les autres vins d'appellation. On est des nains de jardins. Quand l'AOC Sainte-Maure de Touraine s'est créée, certains viticulteurs ont demandé si ça n'allait pas nuire à l'image de l'AOC Chinon ou Vouvray. Il a vraiment fallu qu'on fasse nos preuves"*<sup>416</sup>. A travers la Fédération des Appellations d'Origine Caprines du Centre (FAOCC, créée en 1994), les appellations fromagères disposent d'un outil permettant de réaliser des opérations de promotion à l'échelle régionale. Soutenue par le Conseil Régional, la FAOCC a ainsi permis le financement d'outils de communication (plaquettes, recettes...) et surtout la participation conjointe des AOC lors du Salon de l'Agriculture. A travers le slogan *"La Région Centre, un plateau exceptionnel de cinq fromages de chèvre"*, les acteurs des filières s'appuient sur le modèle des fromages d'Auvergne pour mettre des moyens en commun.

Toutefois, l'union des cinq AOC, réalisée sur une base régionale, répondait d'abord à la demande des instances régionales, qui souhaitaient avoir affaire à un interlocuteur unique. Les syndicats eux-mêmes n'étaient pas forcément enclins à se regrouper, soit par volonté d'indépendance, soit par manque d'intérêt :

- *"Les acteurs politiques ont intérêt à développer une promotion transversale qui va renforcer la région, qui possède des richesses, mais un peu éparpillées. Par contre, une communication transversale ne va pas renforcer le Chavignol ou le Sainte-Maure. Il ne faut pas penser que les professionnels y gagneront. Le consommateur de l'un ou de l'autre se soucie peu de savoir que c'est dans la même région administrative qu'on fabrique le Pouligny et le Crottin de Chavignol"*<sup>417</sup>.
- *"L'objectif, ce n'est pas de promouvoir le fromage de chèvre. C'est de promouvoir la Région Centre par les fromages de chèvre. Ce n'est pas la même chose. Ce ne sont pas les AOC qui sont demandeuses de cela. Chacune a ses propres besoins"*<sup>418</sup>.

Ainsi, les actions de la FAOCC pèsent peu face aux stratégies de promotion initiées de manière indépendante – voire parfois concurrente – par chaque syndicat. Bénéficiant de la plus forte notoriété, le Crottin de Chavignol s'appuie localement sur la complémentarité avec

<sup>415</sup> La commune d'Isigny sur Mer (Calvados) peut également revendiquer deux appellations, mais concernant toutes deux des produits laitiers (beurre et crème).

<sup>416</sup> Un responsable du Comité Interprofessionnel Sainte-Maure de Touraine.

<sup>417</sup> Un responsable de fromagerie en Région Centre.

<sup>418</sup> Un producteur de lait en Région Centre.

le vignoble de Sancerre pour renforcer encore davantage son image. Une signalétique spécifique a également été mise en place aux abords des exploitations des producteurs fermiers pratiquant la vente directe. Le Sainte-Maure de Touraine bénéficie quant à lui d'une équipe municipale désireuse d'utiliser l'image du produit pour son propre développement. Outre l'organisation de manifestations dédiées au fromage, de nombreux projets sont à l'étude (signalétique, maison de pays...). Des relations existent également entre les mairies de Selles sur Cher et de Valençay avec leur syndicat respectif. Dans les deux cas, les acteurs politiques interviennent directement dans le développement de la production, en aidant au financement d'installations de jeunes en production fermière et laitière. Enfin, à une échelle plus modeste, le Pouligny Saint-Pierre travaille depuis longtemps avec le parc naturel régional de la Brenne sur des opérations de promotion du produit (signalétique, manifestations locales). La Ferme des Ages participe également à la coordination à travers une démarche d'accueil touristique<sup>419</sup>.

La fédération apparaît donc comme tiraillée entre des filières et des territoires caractérisés par des problématiques différentes. Les rivalités entre transformateurs, les clivages administratifs et identitaires, ainsi que l'important éloignement géographique entre les acteurs freinent aujourd'hui encore d'éventuelles coordinations. L'absence de cohérence territoriale à l'échelle régionale – comme on peut l'observer en Normandie ou en Savoie – contraint les filières à développer des démarches spécifiques, difficilement conciliables entre elles. Toutefois, les évolutions en cours au sein des instances dirigeantes sont susceptibles de constituer des opportunités à saisir en vue d'une meilleure identification. Du point de vue de l'image, la production de lait de chèvre présente en effet un certain nombre d'atouts : une transformation fermière encore importante, des structures d'exploitation de dimension familiale (en comparaison avec Poitou-Charentes) et des pratiques majoritairement traditionnelles. Ces caractéristiques sont en adéquation avec les attentes des touristes et des consommateurs en matière d'authenticité des produits. Par ailleurs, le Conseil Régional du Centre réfléchit depuis plusieurs années à des stratégies de communication qui permettraient de sortir d'une image fondée essentiellement sur les châteaux, jugée monothématique et potentiellement fragile en cas de revirement de la demande touristique : *"On essaie de faire plein de choses pour endiguer ce contexte. On a besoin de davantage de diversité"*<sup>420</sup>. En tant qu'aménité, les appellations caprines sont à même de pouvoir élargir l'offre de produits alimentaires, dominée aujourd'hui par les productions viticoles.

### **3. La difficile ouverture territoriale du système Roquefort : vers la construction d'un panier de biens centré sur le fromage ?**

Produit à la renommée internationale, le Roquefort évoluent lui aussi dans un territoire incertain, ce qui a amené les acteurs locaux (notamment touristiques) à se regrouper pour faire émerger un territoire d'action, et par-là même un embryon de panier de biens, dans lequel la place des professionnels de la filière se renforce peu à peu. Même si ces démarches pèsent peu, il en ressort des questions fortes pour le développement de cette région difficile.

---

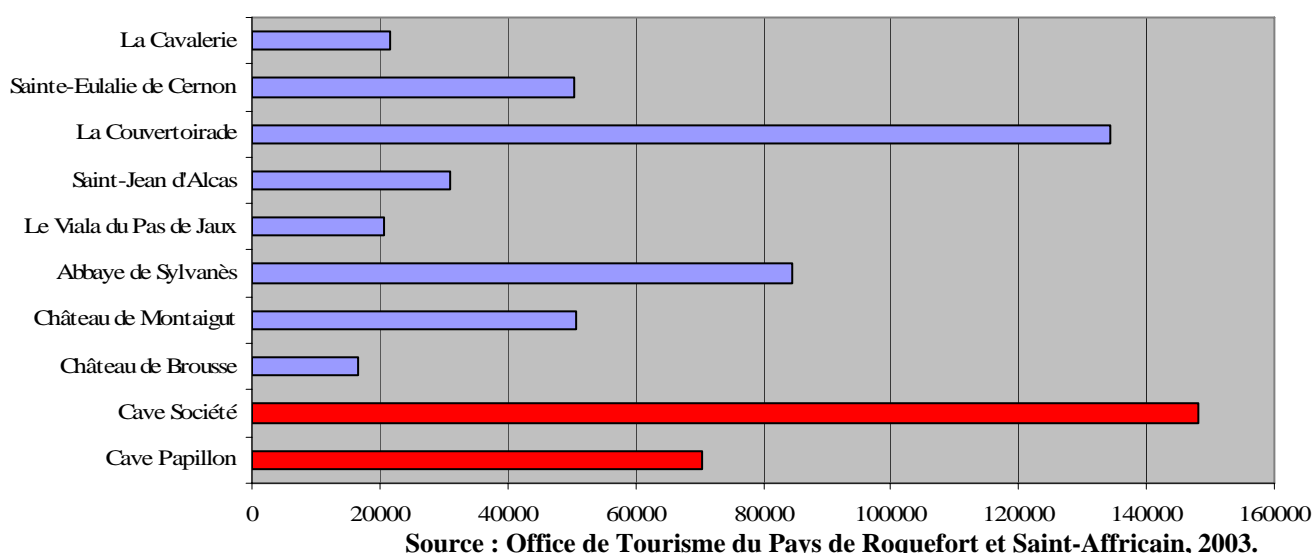
<sup>419</sup> Certains de ces éléments seront évoqués dans la partie suivante.

<sup>420</sup> Un responsable du Comité Régional du Tourisme du Centre.

### 3.1. Un produit mondialement connu dans un territoire indéterminé

Si la notoriété du Roquefort est mondiale, sa localisation géographique est en revanche totalement méconnue. Peu de gens savent en effet que Roquefort désigne également un village sous lequel sont situées les caves servant à l'affinage du fromage : *"Quand on demande aux gens où se trouve Roquefort, ils ne savent pas toujours que c'est un village, et quand ils le savent, ils répondent le sud de la France, le Massif Central. C'est très vague"*<sup>421</sup>. L'aire d'appellation du Roquefort se présente en effet comme totalement déconnectée des maillages administratifs existants. Localisée en grande partie dans la Région Midi-Pyrénées (Aveyron et Tarn), la production de lait de brebis est également présente en Languedoc-Roussillon, principalement en Lozère, puis dans le Gard, l'Hérault et l'Aude. Ce positionnement incertain est accentué par l'absence de territoire porteur sur lequel une communication serait possible<sup>422</sup>. Ni les maillages administratifs (Aveyron, Midi-Pyrénées), ni les entités naturelles (Grands Causses, Larzac), ni les anciennes provinces (Rouergue) ne sont suffisamment connus pour supporter la promotion du fromage, à l'image des démarches d'autres fromages AOC, qui s'appuient sur des territoires forts. Toutefois, cette situation n'est pas forcément vécue par les acteurs comme un handicap, contrairement aux AOC du Centre : *"La chance qu'on a, c'est que Roquefort a une telle notoriété qu'on n'a pas à expliquer où ça se trouve. Le souci de Roquefort n'est pas de communiquer là-dessus, parce que les gens en ont une bonne image, et ce n'est pas parce qu'on va leur dire que c'est fait à tel endroit que cela apportera davantage. Roquefort, c'est un pays rare, la nature est préservée, il y a des grands espaces. On n'est pas dans le maïs transgénique, ce sont des cailloux, ce sont des pays durs où tout se mérite. Cette image est excellente"*<sup>423</sup>. Les campagnes de promotion réalisées par Société des Caves et la Confédération de Roquefort insistent donc davantage sur les savoir-faire. Vis-à-vis des deux autres terrains déjà analysés, la situation est donc inversée à Roquefort. L'enjeu ne consiste pas à s'appuyer sur un territoire porteur pour valoriser un produit, mais au contraire à s'appuyer sur l'image du Roquefort pour promouvoir le territoire. Les caves de Roquefort constituent en effet le premier pôle touristique du Sud-Aveyron.

**Graphique 4 : fréquentation touristique du Pays de Roquefort en 2003 (principaux sites)**



<sup>421</sup> Un responsable de Société des Caves.

<sup>422</sup> Le PNR des Grands Causses, s'est longtemps interrogé une dénomination pertinente. Envisagé à une période, "Rouergue Méridional" n'a pas été retenu. Le choix s'est porté sur une entité paysagère, la correspondance est loin d'être évidente, les Grands Causses sont plus étendus que le Sud-Aveyron (Frayssignes, 1998).

<sup>423</sup> Un responsable de Société des Caves.

De ce point de vue, la marge de manœuvre des acteurs locaux est étroite. Seule la dénomination Roquefort apparaît comme un vecteur suffisamment fort : *"L'échelle pertinente, c'est le développement de l'Aveyron, on ne s'identifie pas vraiment à la région. Région Midi-Pyrénées, pour nous, c'est une catastrophe, c'est loin. Nous, ce serait davantage Languedoc-Roussillon, mais on n'y rentre pas. Mais par exemple, dans les Guides Verts Michelin, on est Languedoc-Roussillon. C'est un gros problème. Et les Guides Verts ne veulent pas le changer"*<sup>424</sup>. Les professionnels du tourisme souhaiteraient ainsi que la communication réalisée par la filière mette davantage en avant l'origine aveyronnaise du produit : *"On aimerait qu'à terme, sur certains éléments de communication qu'ils font eux, il y ait la référence au département, on est en Aveyron. Que Roquefort soit situé. Ça permettrait d'amener la clientèle touristique sur ce territoire. Il faudrait que quand ils tournent des films publicitaires, ils fassent un rapprochement avec le territoire. C'est bon pour eux, c'est bon pour nous"*<sup>425</sup>. Depuis une dizaine d'années, les acteurs politiques et touristiques locaux – essentiellement dans l'Aveyron – repensent leur stratégie de communication et tentent de s'appuyer davantage sur le rayonnement mondial de Roquefort. Fondées sur des constructions territoriales nouvelles, ces démarches bénéficient depuis quelques années de l'appui de certains transformateurs, conscients de l'intérêt d'un renforcement de leur assise spatiale.

### 3.2. La structuration d'un territoire touristique fondé sur l'image du Roquefort

Historiquement, l'ampleur et la réussite du système productif roquefortais ont eu pour conséquence une faible ouverture vers le tourisme, excepté la visite des caves, mise en place il y a plus de quarante ans par deux industriels : Société des Caves et Papillon. Ainsi, jusque dans les années 1995, il n'existait aux alentours de Roquefort aucune structure permanente apte à accueillir les visiteurs : *"L'objectif premier, ça a été de conforter l'accueil du public sur Roquefort, puisqu'il y a plus de 200 000 personnes qui passent par an pour visiter les caves, et on n'avait rien. Et puis, Roquefort, touristiquement, ne peut pas se suffire à lui-même puisqu'il n'a pas d'équipement, et le village n'est pas adapté pour que les touristes restent"*<sup>426</sup>. Initiée par les responsables de l'OT de Roquefort et du Saint-Affricain, et soutenue par la municipalité, la démarche s'est pendant longtemps heurtée à l'hostilité des transformateurs, l'exiguïté des rues du village n'étant pas adaptée à une fréquentation touristique importante : *"Roquefort, ce sont des rues étroites. Toute la journée, il y a des camions qui viennent charger, décharger, c'est un ballet incessant. Les industriels – surtout les petits – disent que le tourisme les empêche de travailler. Jusqu'à il y a quelques années, les industriels se fichaient du tourisme. Il n'y a que deux caves que ça intéresse : Papillon et Société"*. Très vite, les tenants de la démarche éprouvent le besoin d'élargir leur action aux syndicats d'initiatives voisins, et de créer un territoire d'action fondé sur un réseau de structures touristiques : *"Avant, il y avait un syndicat d'initiative dans chaque canton. Il fallait créer un office qui engloberait les syndicats d'initiatives un peu perdus autour de Roquefort"*. L'idée directrice était de profiter de la manne touristique générée par les caves pour la diffuser sur le reste du territoire : *"Il fallait montrer que Roquefort, ce n'est pas qu'un fromage, qu'il y avait un territoire autour, et d'autres choses à voir que les caves"*.

Après plusieurs années de fonctionnement informel, le "Pays de Roquefort" naît officiellement en 2003, après avoir surmonté un certain nombre d'obstacles liés aux réticences de nombreux acteurs : *"Il a fallu convaincre les autres syndicats d'initiatives. On a été mal*

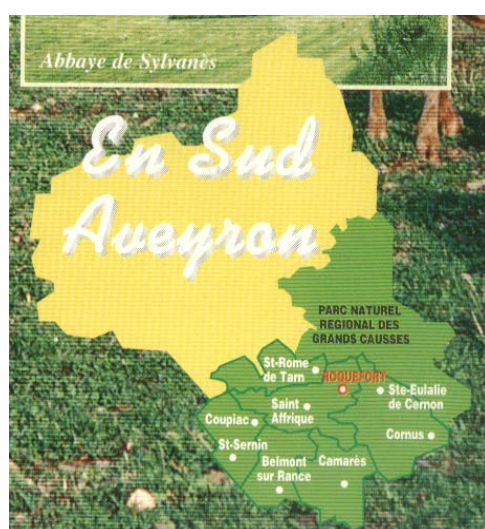
<sup>424</sup> Un agent de développement touristique dans le Sud-Aveyron.

<sup>425</sup> Un agent de développement touristique en Aveyron.

<sup>426</sup> Une responsable de l'Office de Tourisme de Roquefort et du Saint-Affricain.

reçu au début, ils avaient peur que Roquefort n'absorbe tout. Il a aussi fallu convaincre le Conseil Général, qui avait l'habitude de s'appuyer sur trois offices : Millau, Rodez et Villefranche-de-Rouergue. Maintenant, ils savent qu'on est quatre. Ils ont intégré ce fait. Enfin, il a fallu convaincre les industriels. Pour s'appeler Pays de Roquefort, ça a été une grosse discussion, ça ne s'est pas fait tout seul". La dénomination "Pays de Roquefort" n'est en effet pas anodine. Les préoccupations en termes de retombées médiatiques étaient importantes, mais il était important de mettre en évidence les autres atouts du territoire. L'expression "Pays DU Roquefort" aurait laissé entendre que sorti de l'industrie roquefortaise, le territoire n'avait rien d'autre à proposer : "On aurait été fou de se passer de Roquefort. Notre emblème, c'est la brebis, Roquefort est toujours présent mais là, vous allez visiter les rougiers, les monts, les raspes et les causses, qui font partie du Pays de Roquefort. Roquefort, c'est le fil conducteur, mais cela ne doit pas être omniprésent" (figure ci-dessous).

**Figure 2 : le "Pays de Roquefort" : zonage et logo**



Source : Office de Tourisme du Pays de Roquefort, 2004.

Tout récemment, le réseau s'est étendu au Sud-Aveyron dans son ensemble, à travers un travail informel réalisé avec les OT de Millau et Pareloup – Lézou. Née de cette coopération, "Aveyron Côté Sud" propose ainsi une offre élargie et davantage de moyens pour l'édition de plaquettes et la promotion : "On recherche la cohérence, les gens qui viennent à Roquefort, ils vont aller dans les gorges du Tarn, donc ils vont passer par Millau. C'est mieux de sortir avec un dépliant où il y a tout dessus qu'avec quinze dépliants. C'est vraiment pour harmoniser ce que font les territoires et mieux renseigner les touristes"<sup>427</sup>.

Ces différentes démarches engendrent des entités territoriales nouvelles, qui ont la particularité de transcender les clivages administratifs en place, ce qui n'est pas sans susciter des conflits avec les élus. Les logiques qui sous-tendent ces territorialités ne sont donc pas issues de volontés politiques, mais émanent directement de la demande touristique. La prégnance départementale reste cependant forte. Les acteurs des départements voisins semblent peu enclins à mobiliser l'image du produit dans leur communication, estimant que Roquefort relève en premier lieu d'une problématique aveyronnaise. La structuration du Pays de Roquefort renvoie donc également à une recherche de légitimité dans l'appropriation territoriale du produit. Les parties non aveyronnaises du Rayon de Roquefort lui-même sont très souvent perçues par les éleveurs comme périphériques dans leurs représentations du

<sup>427</sup> Un responsable d'Aveyron Côté Sud.



bassin de production, comme l'atteste cette réflexion d'un responsable de la Confédération situé en Lozère : *"Je suis loin du milieu roquefortais au niveau géographique, et proche au niveau de mes responsabilités"*<sup>428</sup>. Notons que les limites administratives du département de l'Aveyron correspondent de manière quasi-intégrale à celles de l'ancienne province du Rouergue. Cette absence de remise en cause des frontières est à l'origine d'un processus de construction identitaire étalé sur plusieurs siècles à travers des pratiques telles que les mouvements migratoires<sup>429</sup>. En dépit de cette cohérence, le Sud-Aveyron présente quelques spécificités, notamment à travers la rivalité entre Millau et Rodez, mais aussi quelques événements marquants : *"Il s'agit d'un territoire à l'identité très marquée, notamment vis-à-vis du reste du département, resté célèbre en raison de la contestation paysanne dans les années 1970, en réaction au projet d'agrandissement du camp militaire du Larzac. C'est aussi à Millau qu'a eu lieu en juin 2000 le procès du syndicaliste José Bové, et la grande fête populaire dénonçant les dérives de la mondialisation"* (Frayssignes, 2001, p. 96).

Les spécificités du Sud-Aveyron s'expriment également dans les préoccupations des acteurs. Le contexte démographique inhérent au Sud-Aveyron assigne à l'activité touristique un rôle de développement plus marqué, on retrouve ici l'idée de solidarité productive :

- *"Il faut que l'office de tourisme et ses syndicats d'initiatives deviennent des entreprises du tourisme. Qu'on arrête de parler de bénévolat et de non-professionnalisme. Qu'on ait un enjeu économique derrière pour maintenir tout un territoire. C'est ça, générer de l'économie sur un territoire"*<sup>430</sup>.
- *"Mon devoir, c'est de faire vivre mon pays en premier lieu. Ça sert à rien que je vende du Maroilles à Saint-Affrique, je ne vois pas quel en serait l'intérêt. Le but de ma manœuvre, c'est de mettre en valeur par ma profession ce qui va faire vivre mon pays, ça, c'est ma philosophie"*<sup>431</sup>.

La mobilisation des acteurs du territoire (élus, agents de développement touristique, professionnels) en vue de l'utilisation de la notoriété du Roquefort est relativement récente (une dizaine d'années). L'autre évolution marquante concerne l'état d'esprit des opérateurs AOC vis-à-vis de ces démarches. Peu sensibilisés au début, ils prennent peu à peu conscience de l'intérêt que peut présenter une ouverture vers le tourisme. Leurs liens avec les autres acteurs s'en trouvent renforcés, même s'ils restent encore ponctuels et largement minoritaires.

### **3.3. Les synergies entre acteurs de la filière AOC et acteurs du territoire : vers la constitution d'un panier de biens ?**

Dans le chapitre 2, nous avons souligné le caractère composite des formes de gouvernance qui caractérisent les filières AOC, et la filière Roquefort en particulier. Néanmoins, vis-à-vis de la typologie proposée par B. Sylvander et P. Perrier-Cornet, l'interprofession roquefortaise s'inscrit de par son ampleur et son mode de structuration dans une logique avant tout sectorielle, dans laquelle la place de l'AOC et les préoccupations territoriales tendent à se renforcer depuis quelques années : *"Maintenant, on s'aperçoit que chaque industriel, par un moyen ou un autre, est intéressé par la clientèle touristique qui*

<sup>428</sup> Un éleveur de brebis en Lozère.

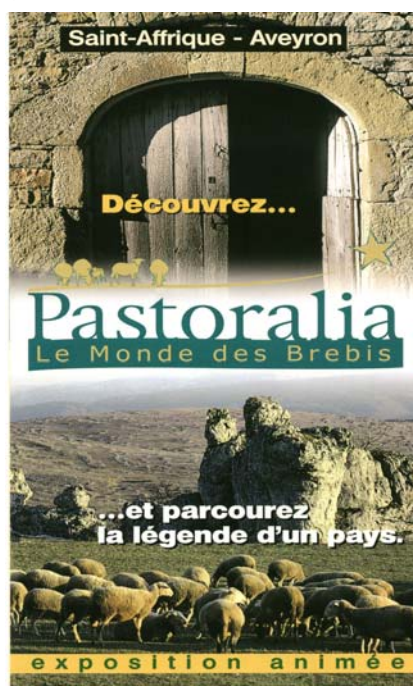
<sup>429</sup> Voir à ce sujet dans la thèse de R. Béteille la partie consacrée aux migrations des Aveyronnais dans la région parisienne (Béteille, 1974).

<sup>430</sup> Une responsable de l'Office de Tourisme de Roquefort et du Saint-Affricain.

<sup>431</sup> Un professionnel du tourisme dans le Sud-Aveyron.

circule dans le village. Il y en a un qui est intéressé par Internet, un autre qui veut vendre son fromage au niveau de son point de vente, un autre c'est pour l'embellissement du village, les randonnées, l'accueil journaliste. On ne peut pas dire qu'il y ait une motivation de tous les industriels. Mais par rapport à 1995, il y a une évolution certaine"<sup>432</sup>. Portées – ou suivies – par les professionnels, différentes initiatives témoignent de cette relative ouverture, et contribuent à l'émergence progressive d'un panier de biens. Directement lié aux transformateurs, le Centre de Ressources du Rayon de Roquefort (C3R) avait au départ une vocation technique, mais s'est rapidement élargi à la dimension touristique, avec comme objectif de compléter la visite des caves par une exposition sur l'élevage de brebis. Baptisée "Pastoralia", cette exposition a vu le jour en 2001 et présente de manière interactive les différentes dimensions de l'élevage (traite, alimentation, soins...) : "On s'est aperçu qu'il y avait une demande de la part des gens qui visitaient les caves de Roquefort. Ils voulaient en savoir un peu plus sur ce qui se passait dans les élevages. Pastoralia a donc cet objectif de complément"<sup>433</sup>. La fréquentation monte progressivement en puissance pour atteindre 9 000 personnes en 2004. Pour l'avenir, il est question de sensibiliser davantage les résidents, notamment les enfants, à l'existence de cette structure.

**Figure 3 : la promotion de Pastoralia**



Source, Centre de Ressources du Rayon de Roquefort, 2004.

En lien avec l'UPRA Lacaune, le C3R a également été leader dans l'organisation d'une manifestation majeure dans le Sud-Aveyron : le Festival de la Brebis Lacaune. Ayant lieu tous les cinq ans (1995, 2000), ce festival étalé sur trois jours est entièrement dédié à l'activité ovine et est l'occasion pour les professionnels de la filière de se rencontrer et d'échanger sur leurs pratiques et leurs techniques : "Pendant trois jours il y a des animations thématiques : l'alimentation, la traite, les fourrages, la reproduction, la conduite sanitaire". La nouveauté de l'édition 2000 a consisté en l'introduction d'une journée spécifique pour le grand public, chose qui n'était pas le cas auparavant. Près de 12 000 visiteurs ont pu ainsi être accueillis.

<sup>432</sup> Un élu du Sud-Aveyron.

<sup>433</sup> Une responsable du C3R.

L'implication des producteurs de lait dans des démarches territoriales est marginale, mais réelle. Au début des années 1990, des épouses de producteurs avaient souhaité accueillir des touristes et leur faire découvrir les exploitations. Cette volonté répondait également à une demande touristique : *"Ces visiteurs, lorsqu'ils arrivaient à Roquefort, surtout en juillet – août, ils ne voyaient aucun troupeau dehors. Alors la question revenait en permanence "où sont les brebis ?". Ils arrivaient à la visite des caves en juillet – août, ils ne voyaient pas de fromages dans les caves, sinon ce sont des fromages factices. Parce qu'à cette époque, il n'y a pas de fromages dans les caves. Alors, il y avait une certaine suspicion, un malaise"*<sup>434</sup>. C'est seulement à partir de 2003 que les quelques exploitations impliquées dans cette démarche trouvent suffisamment d'appuis pour donner une autre ampleur à leur activité. Ainsi, le PNR des Grands Causses (créé en 1995, carte ci-dessous) intervient financièrement dans l'aménagement de salles d'accueil et la plantation d'arbres et de haies aux abords des fermes. Certains industriels décident quant à eux de financer quelques opérations de promotion (dépliants). Le "réseau de visites de fermes en Pays de Roquefort" naît officiellement en 2003. Outre la visite, il propose une dégustation des produits locaux (Roquefort, vin des Côtes de Millau, desserts à base de lait de brebis). Environ 5 000 personnes ont été accueillies en 2003. Outre les revenus supplémentaires générés par cette démarche, le réseau répond à un certain nombre d'attentes des épouses d'éleveurs (sociabilité) : *"Au départ, moi, c'était le contact, rencontrer les gens pour pouvoir discuter, faire connaître le métier. Et c'est vrai que c'est intéressant. Nous, on leur apporte notre connaissance du terroir qu'ils ne connaissent pas. Mais en contrepartie, il y a un échange qui se fait. Des gens de différentes régions, de différentes nationalités. Je trouve ça super"*<sup>435</sup>. Ce réseau bénéficie aujourd'hui de la marque parc naturel régional en tant qu'activité d'accueil, au même titre que le "Chemin des Côtes de Millau". Le contenu présenté dans les visites est en adéquation avec les valeurs qu'entend véhiculer le parc : origine, naturel, qualité, durabilité et savoir-faire artisanal. Les acteurs ont ainsi su contourner l'incompatibilité juridique entre marque collective PNR et AOC.

**Carte 35 : le parc naturel régional des Grands Causses**



Source : parc naturel régional des Grands Causses, 2005.

<sup>434</sup> Une épouse de producteur de lait de brebis dans le Sud-Aveyron.

<sup>435</sup> Une épouse de producteur de lait de brebis.

De manière tout aussi ponctuelle, certains restaurateurs localisés à proximité de Roquefort proposent une offre spécifiquement dédiée. Positionnés sur un créneau haut de gamme, ces restaurateurs ont élaboré des menus composés de plats uniquement à base de Roquefort : *"C'est une façon de faire la promotion du Roquefort, et en même temps la promotion de notre établissement. C'est un échange. Par le Roquefort, c'est tout ce qui gravite autour. Roquefort, c'est l'industrie du Sud-Aveyron, avec aussi bien l'agriculture que les effets indirects. Et nous, on se veut représentatif de ces choses là"*<sup>436</sup>. Ces démarches apparaissent là encore relativement rare : *"A ma connaissance, je suis seul à faire ça. C'est un gros investissement financier et de maintien de la qualité. Par exemple, nous, on a un réfrigérateur spécifique pour le Roquefort. C'est un fromage dont il faut prendre soin"*.

Ainsi, les différents produits et services qui viennent d'être évoqués forment une ébauche de système à vocation touristique dédié au fromage de Roquefort. En effet, des liens plus ou moins étroits se sont progressivement mis en place, notamment sous la forme d'informations réciproques (échanges de dépliant) et de réductions sur les billets d'entrée (Pastoralia / visite des caves). L'entreprise Société des Caves a poussé plus loin la formalisation et propose depuis quelques années un forfait – la "Ballade Gourmande" – comprenant la visite des caves, "Pastoralia", la visite d'une exploitation du réseau et un repas chez un restaurateur. Monté en liaison avec l'OT de Roquefort et du Saint-Affricain, ce forfait se rapproche finalement de la notion de panier de biens et de services territorialisés. Son caractère professionnalisé est d'ailleurs à souligner : *"Nous, on travaille avec quelques restaurateurs, il y en a quelques-uns de très performants. Ils captent bien les besoins que peuvent avoir les gens. Ils nous ont demandé si on voulait monter un produit en commun. Mais le tourisme, c'est un métier, donc on a fait appel à des compétences qui savent faire ce genre de choses, parce que ce n'était pas à nous de monter ça"*<sup>437</sup>.

Les intérêts individuels trouvent donc ici une compatibilité à travers la construction d'un réseau territorialisé. La conscience d'une destinée commune est alors palpable :

- *"Plus il y aura de choses intéressantes autour de Roquefort, plus le pays sera bénéficiaire. Il y a la possibilité de lier toutes ces choses là et de faire un tout"*<sup>438</sup>.
- *"Des fois, on se casse la tête à essayer de trouver des astuces pour essayer de valoriser son boulot. Alors que là, les astuces, elles y sont. Ce serait une partie de ping-pong à plusieurs joueurs"*<sup>439</sup>.

Il est intéressant de constater que les limites géographiques de cette coordination sont perçues par les acteurs de manière relativement unitaire. Les réponses renvoient très souvent aux limites de l'entité Pays de Roquefort, parfois élargie à quelques sites plus éloignés (Micropolis, la cité des insectes, à Saint-Léon, "Noria", la maison de l'eau à Saint-Jean du Bruel). Les limites du PNR des Grands Causses – et par-là même du département de l'Aveyron – ne sont jamais franchies. Toutefois, si la logique semble administrative, les coordinations observées sont à dominante professionnelle. Les élus apparaissent finalement peu dans les actions, comme dans le discours des acteurs interrogés.

En conclusion, même s'il est difficile d'évaluer la réussite d'une telle évolution, l'examen des chiffres de fréquentation fournis par l'OT de Roquefort fait état d'un

<sup>436</sup> Un restaurateur dans le Sud-Aveyron.

<sup>437</sup> Un responsable de l'entreprise Société des Caves.

<sup>438</sup> Un restaurateur dans le Sud-Aveyron.

<sup>439</sup> Un responsable de l'Office de Tourisme de Roquefort et du Saint-Affricain.

accroissement de la fréquentation, qui est passée de 61 000 à 72 000 personnes entre 1998 et 2003. Cette hausse profite notamment aux OT situés autour de Roquefort, preuve que la diffusion semble fonctionner. Le Sud-Aveyron a quelque peu rattrapé son retard en matière d'hébergement (gîtes, chambres d'hôtes...) : *"Les gens ne créeraient pas les hébergements s'ils n'avaient pas la demande en face. Ça fait que le développement de l'économie du territoire est en partie dû au tourisme"*<sup>440</sup>. Les dynamiques à l'œuvre dans l'espace roquefortais s'organisent autour d'un emboîtement de différentes échelles territoriales, construites selon des logiques distinctes (commune de Roquefort, pays touristique, PNR des Grands Causses, département de l'Aveyron). L'analyse de cet emboîtement se révèle nécessaire pour la compréhension des enjeux de développement dans cet espace particulier<sup>441</sup>.

### **3.4. La qualification des ressources à Roquefort : incertitudes et enjeux de développement**

La trajectoire qui vient d'être explicitée fait état d'une stratégie de redéploiement des ressources liées à l'activité productive vers la mise en valeur touristique. Il convient néanmoins de relativiser cette première idée, en insistant à nouveau sur la faible ampleur de ces démarches au vu de l'activité ovine. L'évolution des représentations des industriels est pourtant réelle : *"Les produits touristiques liés à Roquefort, c'est assez récent, ce sont des démarches assez nouvelles. Franchement, qui aurait dit, il y a quinze ans, que cela pourrait se développer, vu de là où on partait ?"*<sup>442</sup>. La place des AOC dans l'offre globale est centrale, ce qui renforce la spécificité du système. La dimension technique reste malgré tout forte, notamment à travers le contenu de certaines manifestations, telles que le Festival de la Brebis Lacane ou Pastoralia. L'élevage ovin demeure un facteur de spécification déterminant. La révision du cahier des charges renforce de ce point de vue le discours proposé aux touristes dans la mesure où il renforce la place des pratiques agricoles dans la promotion de la filière.

Cette trajectoire présente malgré tout des signes de fragilité, liés entre autres à la déprise à laquelle est confrontée le Sud-Aveyron, et à ses corollaires (vieillesse de la population, faibles densités) : *"C'est quand même un poids lourd à porter ce problème démographique. On a des zones très faiblement peuplées, très rurales, avec des densités très faibles. L'essentiel de la population se concentre ici à Millau, et dans les quelques centres bourgs qui arrivent à se maintenir"*<sup>443</sup>. A travers cette problématique spécifique, c'est l'attractivité même du territoire qui est questionnée, et par-là même la pérennité d'un certain nombre d'activités. Le témoignage de ce restaurateur impliqué dans la "Ballade Gourmande" est éloquent : *"Je n'ai pas de perspective de reprise. Nos enfants nous ont trop vu trimer là-dedans et je crois qu'on va mettre l'affaire en vente. On la propose sur Internet. Moi j'ai cinquante huit ans, mon frère en a cinquante sept. L'affaire, ça va être le problème : trouver quelqu'un. Parce que ça c'est une affaire qui est viable, mais il ne faut pas avoir peur de mouiller le maillot. Mais je ne suis pas du tout sûr de trouver quelqu'un. Ça fait mal au cœur. Si je trouve, je vais tout lui expliquer de A à Z, je vais lui laisser mon numéro de téléphone, et ensuite, je suis à vingt kilomètres d'ici. Pour rester dans l'esprit de Roquefort..."*<sup>444</sup>.

---

<sup>440</sup> Un responsable de l'Association pour la Promotion et l'Accueil Touristique dans l'Aveyron Rural (APATAR).

<sup>441</sup> Pour plus de détails, voir J. Frayssignes (2004).

<sup>442</sup> Une responsable du parc naturel régional des Grands Causses.

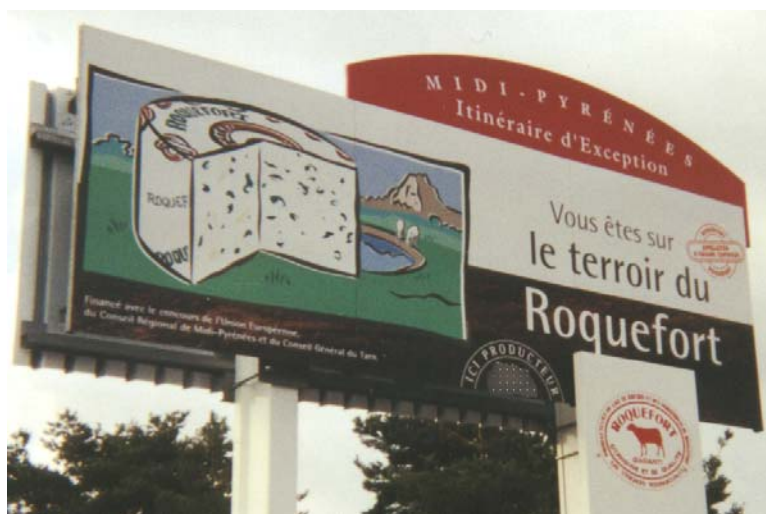
<sup>443</sup> Un responsable du Conseil Général de l'Aveyron.

<sup>444</sup> Un restaurateur dans le Sud-Aveyron.



Par ailleurs, la spécification qui prévalait dans la construction de ressources est également valable en ce qui concerne la qualification territoriale. En dépit des importants efforts des acteurs, l'offre touristique demeure encore largement monothématique. Si les valeurs véhiculées par ces démarches sont porteuses aujourd'hui, l'avenir présente toujours une certaine part d'incertitude quant aux évolutions futures des attentes de la société. Enfin, la structuration des acteurs touristiques autour du Pays de Roquefort, aussi pérenne soit-elle, pose question quant à sa cohérence géographique et son adéquation avec la réalité historique du fromage de Roquefort : *"La stratégie territoriale pose également question : dans sa configuration actuelle, quelle est la pertinence de ce zonage qui "tourne le dos" au Larzac, berceau historique du fromage ?"* (Frayssignes, 2004, p. 12). Par ailleurs, l'appropriation d'un tel zonage par les producteurs de lait et la population locale est loin d'être évidente. L'éventuelle mise en place d'une signalétique spécifique annonçant l'entrée dans le pays de Roquefort vise à renforcer cette légitimité sur le terrain. Toutefois, le Conseil Régional de Midi-Pyrénées a installé il y a déjà plusieurs années des grands panneaux le long des principaux axes routiers, dans le but de mettre en évidence les produits sous signe de qualité. Les usagers sont ainsi avertis de leur entrée dans le "Terroir du Veau de l'Aveyron et du Ségala" ou le "Terroir du Roquefort". Cette signalisation peut apparaître problématique dans la mesure où un panneau relatif à Roquefort est situé sur la RN 88 dans le département du Tarn, à l'endroit approximatif où commence le Rayon de Roquefort. Sans réelle cohérence avec la démarche de l'OT, cette initiative peut s'apparenter à une certaine "dilution" de l'image du fromage dans un territoire susceptible d'être trop vaste et difficilement identifiable.

**Photo 2 : la signalétique relative au "Terroir du Roquefort"**



**Cliché réalisé par J. Frayssignes, commune de Saint-Germain (Aveyron), 2005.**

Face à ces faiblesses, les opportunités sont tout aussi importantes. Au premier rang de celles-ci, figure incontestablement la fin des travaux de l'autoroute A75 reliant Clermont-Ferrand à Béziers, et traversant une partie du Sud-Aveyron. Les années à venir devraient voir un bouleversement de la circulation dans cette région, accentuée par le rayonnement touristique du Viaduc de Millau qui enjambe le Tarn. Le développement économique lié à la présence de cette nouvelle infrastructure pourrait également être important, même s'il ne profitera pas de la même manière à tout le territoire. Société des Caves a d'ailleurs très rapidement saisi l'intérêt que pouvait présenter la prise en charge de la maison de pays présente sur l'aire de repos de Sévérac le Château (au nord de Millau). Face aux désaccords observés au sein de la Confédération de Roquefort, l'entreprise a en effet pris la décision de gérer cette structure de manière individuelle et d'en faire une vitrine des produits locaux, et

également des produits du groupe Lactalis : *"Après beaucoup de conversations, on a dit banco. Sachant qu'on a pris le truc sans subvention et qu'on se l'amène tout seul. Aujourd'hui on perd de l'argent sur l'aire de Sévérac. On a un contrat de trente ans, on considère que c'est un outil de communication, et que d'ici trente ans, on arrivera à équilibrer les comptes. Se mettre sur une aire d'autoroute, s'est se mettre sur un axe de passage. On sensibilise les usagers, on leur dit que s'ils veulent visiter, c'est la sortie d'après à quinze kilomètres. Ça ne marche pas à tous les coups, mais ceux-là au moins, on les aura sensibilisés sur le fait qu'on est là, qu'ils peuvent goûter et acheter nos produits. On a été pas mal questionnés depuis, notamment par d'autres syndicats AOC"*<sup>445</sup>. Le rôle déterminant joué par Roquefort dans l'économie de la région rend quoi qu'il en soit d'autant plus crucial un questionnement relatif à ces enjeux, même si l'absence d'activité alternative est un facteur de fragilité indéniable.

#### **4. La mobilisation des ressources territoriales par les filières AOC savoyardes : une nécessaire recherche de cohérence et de spécificité**

Comme pour la Normandie, le terme "Savoies" apparaît porteur dans la construction d'une image touristique. Le recours à ce terme dans les démarches initiées par les acteurs des filières AOC est donc fréquent. Dans le même ordre d'idées, la forte fréquentation touristique est un autre atout dont les filières semblent ne pas tirer suffisamment parti.

##### **4.1. La proximité institutionnelle entre Savoie et Haute-Savoie : l'affirmation d'une échelle pertinente**

Dans les pratiques comme dans les représentations des acteurs, la principale échelle mobilisée est incontestablement celle correspondant à l'ensemble constitué des deux départements savoyards. Fondée notamment sur la montagne, la forte identité savoyarde se manifeste par une longue habitude de travail en commun, rendue nécessaire par une problématique agricole et économique spécifique vis-à-vis du reste de la Rhône-Alpes : *"Parfois, la Région a tendance à oublier les Savoies. Ils nous considèrent comme une région riche, privilégiée. Ce n'est pas forcément la réalité"*<sup>446</sup>. Malgré des contacts avec l'Isère, la logique reste savoyarde : *"C'est vrai que l'Isère a fait des tentatives pour travailler avec nous, mais ça n'a jamais débouché. C'est une habitude historique de travailler ensemble"*<sup>447</sup>. La spécificité savoyarde prend parfois une forme plus revendicative. Il existe en effet au sein des deux départements une tendance régionaliste assez marquée. S'il n'est pas forcément question de créer une région savoyarde spécifique<sup>448</sup>, l'enjeu reste de peser sur les politiques initiées par Rhône-Alpes et de faire reconnaître les particularités des deux départements.

La volonté d'action en commun prend la forme de politiques concertées entre les deux départements. Ces pratiques ont contribué à un rapprochement institutionnel entre plusieurs instances politiques et professionnelles. Ainsi, les conseils généraux de Savoie et de Haute-Savoie ont mis en place en 1999 une sorte de conseil commun – baptisé "Assemblée des Pays de Savoie" – prenant en charge de manière financièrement autonome un certain nombre de politiques non régaliennes (agriculture, tourisme, recherche, culture). Cette assemblée est

<sup>445</sup> Un responsable de Société des Caves.

<sup>446</sup> Un élu de Haute-Savoie.

<sup>447</sup> Un responsable agricole en Savoie.

<sup>448</sup> Cette mouvance existe à la marge, on parle alors des "Savoisiens", qui disposent d'un élu au niveau du Conseil Régional

venue officialiser des pratiques de coopérations informelles qui existaient déjà auparavant, initiées par des leaders politiques des deux départements. Depuis quelques années, des rapprochements sont également en cours au niveau de certaines organisations agricoles (chambres d'agriculture, FDSEA) et notamment de l'activité laitière. Déjà évoqué dans le chapitre 4, le CIELS (Comité Interdépartemental de l'Economie Laitière Savoyarde) est une structure informelle créée notamment par les deux fédérations de coopératives laitières en 1999. Il s'agit d'une instance de discussion permettant de fournir des éléments d'orientation de l'activité laitière (systèmes fourragers, races locales, lait cru, ainsi que le suivi des dossiers AOC Gruyère et Raclette de Savoie...) : *"Par rapport à Rhône-Alpes, il fallait affirmer l'identité savoyarde, pas contre la région, mais avec la région"*<sup>449</sup>.

En termes de promotion des produits, la coopération interdépartementale a pris la forme de la création en 1974 d'un label régional Savoie, géré par une association : la "marque collective Savoie", sur le modèle des autres labels régionaux créés en France à cette période. Cette marque collective était au départ chargée de jouer le rôle d'organisme certificateur et de protéger un certain nombre de produits (salaisons, fruits, fromages, dont l'Emmental de Savoie, concurrencé à l'époque par des emmentals fabriqués en Bretagne à moindre coût). Mise en place à l'initiative des chambres d'agriculture et des conseils généraux, la marque Savoie se voit confiée une deuxième mission à partir de 1980 : la communication. Une première campagne d'envergure est lancée deux ans plus tard, sous la forme d'une campagne d'affichage dans la capitale parisienne, appuyée sur le slogan *"Les Savoyards sont là !"*. La Tomme de Savoie, l'Emmental de Savoie, le Beaufort et le Reblochon sont alors concernés par la démarche. L'activité liée à la communication monte progressivement en puissance, et en 1989, ce ne sont plus quelques produits qui bénéficient de la marque collective, mais quatre gammes complètes : fromages, vins, fruits et salaisons sèches. Le règlement européen de 1992 relatif aux AOP et IGP vient alors bouleverser l'organisation des signes de qualité en France. Les labels régionaux sont progressivement abandonnés, ce qui amène la marque à ne s'occuper que de communication. Le message change également de contenu : de nouveaux supports médiatiques sont mobilisés (presse, radio) et la communication a désormais autant vocation à faire la promotion du territoire à travers le produit que l'inverse. Peu impliquées au début, les filières professionnelles entrent au conseil d'administration de l'association en 2003 : *"On avait besoin de concertation pour pérenniser l'association. Il fallait que les professionnels soient présents pour avoir une cohérence, qu'ils participent aux prises de décision"*<sup>450</sup>. Plus important qu'auparavant, le budget est majoritairement d'origine publique (conseils généraux) depuis le désengagement des chambres d'agriculture.

Même si chaque département conserve ses prérogatives, l'identité savoyarde demeure omniprésente, notamment dans les stratégies de promotion. Les acteurs s'appuient le plus souvent sur ce territoire bénéficiant d'une image extrêmement positive. Des échelles différentes sont parfois mobilisées lorsque des dynamiques identitaires "infra-savoyardes" sont à l'œuvre. C'est par exemple le cas du massif des Bauges, situé justement à cheval sur les deux départements. Caractérisé par une fréquentation essentiellement d'origine régionale, ce territoire met en avant ses propres atouts, l'image de la Savoie n'étant pas forcément pertinente : *"Les Baujus sont accrochés à leur montagne. Il y a beaucoup de qualités associées, la convivialité, d'accueil. L'hiver, ils sont habitués à s'auto-suffire, l'école était souvent fermée, ils vivaient sur eux. Maintenant, il y a plus d'ouverture, mais l'esprit n'a pas changé. C'est pour ça que la Savoie ne sert pas à grand-chose quand on communique sur*

---

<sup>449</sup> Un responsable de la FDCL de Savoie.

<sup>450</sup> Une responsable de l'association marque collective Savoie.



*Grenoble. Il nous faut la Savoie quand on va à Paris*"<sup>451</sup>. Dans le cadre de cet espace savoyard, les dynamiques économiques et touristiques à l'œuvre jouent un rôle déterminant dans la mise en valeur des ressources locales, et notamment des produits alimentaires.

#### **4.2. Un territoire et une agriculture marqués par l'industrie du ski**

Dans les Savoies, l'activité touristique liée au ski occupe une place prépondérante, aussi bien en termes économiques que du point de vue de l'occupation de l'espace. Amorcé en France à partir des années 1930, le développement des stations (remonte-pentes, télésièges...) concerne principalement les Alpes. Au sortir de la Deuxième Guerre Mondiale, les aménagements hydroélectriques (barrages) et les premiers projets touristiques d'envergure (Courchevel) se développent sur les espaces laissés vides par l'exode rural. C'est à partir des années 1960-70 que le tourisme s'affirme comme un outil d'aménagement du territoire. Le "Plan Neige" voit l'apparition des premières stations intégrées, comme La Plagne en Savoie. Sous l'impulsion de l'Etat et de capitaux extérieurs, de véritables complexes industriels émergent, dans lesquels la neige constitue la matière première. Après 1975, les représentations évoluent. D'objet de consommation, la montagne devient un milieu de vie à part entière. Les actions de l'Etat prennent en compte les spécificités locales. Il n'est plus question d'intégration : c'est l'époque des "stations villages" (notamment en Haute-Savoie), davantage insérées dans leur environnement paysager et naturel et dans lesquelles les acteurs locaux occupent une place accrue<sup>452</sup>. Durant cette période, le ski connaît un engouement sans précédent. Principalement localisé dans la Vallée de Tarentaise (Savoie), le ski dit "de masse" représente à lui seul près de 50 % du chiffre d'affaires des remontées mécaniques françaises, avec des stations géantes comme La Plagne, Tignes, Les Ménuires, Val Thorens, ou Les Arcs. Les 44 millions de nuitées enregistrées en 2004 pour le domaine skiable savoyard (source : Observatoire Régional du Tourisme de Rhône-Alpes) confèrent à ce territoire une fréquentation touristique largement supérieure à celle des autres terrains d'étude : *"On est traditionnellement une terre de tourisme. On dit souvent que la Haute-Savoie est le premier département touristique de France en termes de nuitées toutes saisons confondues. La Savoie étant le premier pour l'hiver et le Var étant le premier pour l'été. Mais toutes saisons confondues, c'était la Haute-Savoie. Est-ce que c'est encore vrai, on continue à le dire"*<sup>453</sup>.

Cette importante fréquentation a eu des répercussions très importantes sur l'activité agricole, et notamment sur les AOC savoyardes. D'une part, il est incontestable que l'image des produits d'appellation a bénéficié de ce contexte propice. Sans réel soutien promotionnel d'envergure dans les années 1980 et 1990, les fromages – au premier rang desquels le Reblochon – doivent en premier lieu leur forte croissance à la présence du tourisme et à l'importante consommation locale induite : *"C'est vrai qu'on n'a jamais vraiment eu besoin d'aller chercher les consommateurs, ils étaient déjà chez nous. Ensuite, ils consommaient à nouveau le produit quand ils rentraient chez eux. Ça a joué très fortement"*<sup>454</sup>. Le point culminant de cette évolution correspond à l'organisation des Jeux Olympiques d'Albertville en 1992, période où les fabrications fromagères savoyardes ont définitivement acquis une notoriété nationale : *"Les années qui ont suivi, c'était l'apogée commerciale, il y a avait des crises alimentaires à répétition, ce qui rendait nos produits d'autant plus attractifs. C'était*

---

<sup>451</sup> Une responsable de l'Office de Tourisme du Massif des Bauges.

<sup>452</sup> Pour une analyse détaillée de cette évolution à l'échelle nationale, voir notamment D. Clary (1993), *Le tourisme dans l'espace français*.

<sup>453</sup> Un élu de Haute-Savoie.

<sup>454</sup> Un responsable de la filière AOC Reblochon.

*"les années terroir". La production n'arrivait jamais à satisfaire complètement la demande. Ça marchait du feu de Dieu, on est passé de 7 000 à 17 000 tonnes entre 1985 et 1998. Les prix montaient, celui du lait comme celui du fromage"*<sup>455</sup>. Au-delà de l'image, l'activité touristique a constitué pour l'agriculture dans son ensemble une importante source de revenu, à travers la double activité. Si elle est moins importante qu'auparavant (professionnalisation des exploitations), elle demeure encore présente, notamment en Savoie, et constitue un facteur de spécificité de l'agriculture de notre terrain d'étude, comme le montre le tableau ci-dessous.

**Tableau 25 : la double activité dans différentes aires géographiques (2000)**

Aire géographique	% d'exploitations pluriactives
<b>France</b>	22,1 %
<b>Rhône-Alpes</b>	26,5 %
<b>Haute-Savoie</b>	34,7 %
<b>Savoie</b>	38,3 %
canton de Lanslebourg Mont-Cenis	70,2 %
canton d'Aime	55,7 %
canton de Beaufort sur Doron	55,6 %

Source, RGA, 2000.

Déterminante dans le maintien des exploitations agricoles, cette pratique a connu d'importantes transformations au cours des trente dernières années. Les "ouvriers paysans", travaillant en Savoie dans les usines métallurgiques et pétrochimiques (vallée de Tarentaise), dans l'industrie hydroélectrique (barrages) et en Haute-Savoie dans l'industrie du décolletage et la mécanique de précision (vallée de l'Arve), ont progressivement laissé la place à une double activité liée au tourisme (moniteurs de ski, remontées mécaniques) : *"La double activité des années 70 avec un emploi à l'année a pratiquement disparu. Ils allaient faire les trois huit dans la vallée et avaient de petites exploitations. Aujourd'hui, ils sont moniteurs de ski mais en saison seulement"*<sup>456</sup>. Dans la filière Beaufort, la double activité apparaît aujourd'hui encore indispensable à l'attractivité du métier et à la bonne santé de la filière :

- *"Le monitorat de ski, c'était indispensable pour payer l'installation. J'avoue que sans la double activité, ça aurait été impossible sur le plan financier"*<sup>457</sup>.
- *"L'attrait de ces zones là pour installer disparaîtrait en partie. C'est très particulier, il y a des jeunes qui concevraient pas de s'installer dans cette zone là si ce n'était pas pour être aussi moniteur de ski"*<sup>458</sup>.

Cependant, l'analyse de l'ancrage de l'activité agricole dans son contexte territorial met également en évidence les importantes contraintes induites par les différents aménagements touristiques. Outre l'aggravation de la pression foncière dans les fonds de vallée déjà évoquée, le tourisme concerne également les alpages, à travers des aménagements lourds susceptibles de nuire à l'activité agricole : *"L'année prochaine, normalement, j'ai un télésiège entier qui me traverse l'alpage. Moi, je me bats un peu, parce que ce n'est pas évident. On voit partir toujours un peu de terrain. Dans les années à venir, mon alpage ne sera plus que 60 % de ce qu'il est. C'est un peu gênant. Mais bon, on ne peut pas aller contre le développement de la station"*<sup>459</sup>. Parfois, les impacts sont plus radicaux encore. Certaines stations de ski ont ainsi

<sup>455</sup> Un professionnel en Haute-Savoie. A noter qu'Annecy est candidate à l'organisation des JO d'hiver de 2014.

<sup>456</sup> Un producteur de lait en Savoie.

<sup>457</sup> Un producteur de lait en Savoie.

<sup>458</sup> Un responsable de fromagerie en Savoie.

<sup>459</sup> Un producteur fermier en Haute-Savoie.

provoqué la disparition quasi-totale de la production laitière dans certains alpages (expropriations) : *"Aujourd'hui, toutes les vaches du groupement sont extérieures à la commune. Tout le monde était agriculteur ici dans les années 60 avec la double activité. Aujourd'hui, toutes les parties de la commune situées hors domaine skiable sont en phase d'embroussaillage, plus personne n'entretient. Le ski élimine les agriculteurs, même s'il en a besoin. Tous les ans, on est repoussé vers le haut. Il n'y a plus d'agriculteur à temps complet sur la commune"*<sup>460</sup>. Durant les dernières années, sans toujours aboutir à des situations extrêmes, le poids économique croissant du tourisme est un facteur déstabilisant pour l'activité laitière, le prix du foncier incite de nombreux exploitants à réaliser des plus-values sur la vente de terres ou de bâtiments. Même si les contacts sont globalement bénéfiques, la cohabitation avec les touristes et les résidents est parfois tendue : *"Il faut qu'on se cache. L'automne, sitôt qu'on sort les vaches, il faut mettre des filets de protection le long de la route. Quand on sort le fumier, ça sent mauvais. La cohabitation, elle est facile avec les touristes. Là où elle est difficile, c'est avec les gens du pays. C'est eux les plus méchants, ils étaient agriculteurs avant. Eux, c'est écœurant, ils veulent tout"*<sup>461</sup>. Ainsi, l'enjeu réside donc pour les agriculteurs dans la négociation avec les professionnels du tourisme – et les élus – afin de défendre au mieux leurs droits : *"Tous les ans, on essaie de négocier, de demander des indemnités. Ça se fait avec la mairie. Après, on a un syndicat communal, on essaie de mettre la pression. Il faut faire reconnaître la place de l'agriculture dans le maintien des paysages, montrer que c'est utile au tourisme"*<sup>462</sup>.

Dans ce contexte, on verra plus loin que les relations mises en place entre professionnels des filières et acteurs du tourisme ont pour but de satisfaire des intérêts particuliers : assurer la promotion des produits et diversifier l'offre touristique. La taille des stations est assurément un critère qui conditionne ces relations. Les "usines à ski" de type La Plagne ou Les Arcs semblent globalement plus difficile à sensibiliser à la problématique des produits locaux : *"C'est difficile d'approcher les offices de tourisme des grandes stations. Même s'il y a prise en compte par les gens du ski, qui veulent rattacher leur industrie à quelque chose de plus authentique"*. La clientèle des grandes stations est en outre plus difficile à sensibiliser. C'est pourquoi les coopérations sont en général plus aisées dans les stations villages. Néanmoins, nous verrons que ces relations dépendent en premier lieu des acteurs en place et de leur propension à mettre en place des passerelles entre les deux activités. Leur origine est donc également à prendre en compte : *"Ça dépend de la volonté de deux ou trois personnes qui sont à la tête des stations. Le problème souvent, c'est que les stations ne sont plus gérées par des autochtones, ou alors ils ont pris la grosse tête"*<sup>463</sup>. Ainsi, il importe maintenant d'analyser les stratégies de valorisation mises en place par les acteurs AOC et leur place dans l'offre territoriale globale. Nous verrons comment les filières "profitent" de cet environnement a priori favorable et quels sont les enjeux de développement.

### 4.3. La mobilisation de la ressource touristique par les AOC fromagères savoyardes

En Savoie comme en Haute-Savoie, la trajectoire productive des bassins, et la très bonne valorisation du lait comme du fromage, ont une influence directe sur les activités des exploitations en lien avec le tourisme (vente directe, hébergement...). De nombreux interlocuteurs estiment que les démarches touristiques issues de l'agriculture sont

<sup>460</sup> Un responsable de groupement pastoral en Savoie.

<sup>461</sup> Un producteur fermier en Haute-Savoie.

<sup>462</sup> Un producteur de lait en Savoie.

<sup>463</sup> Un producteur fermier en Haute-Savoie.

paradoxalement très peu nombreuses dans ces deux départements, étant donné qu'il n'existe pas de besoin particulier : *"Comme on était spécialisé sur la production laitière, on a mis le paquet là-dessus, et les exploitations ont plutôt simplifié. Elles ont plutôt abandonné des diversifications pour se renforcer sur leur métier principal. D'autant que – et j'hésite à vous le dire – quand on démarre, ça marche tellement bien que très vite, on est placé devant le dilemme de rester agriculteur et de se restreindre volontairement et donc de perdre de la clientèle ; ou véritablement de satisfaire la clientèle, auquel cas il faut devenir commerçant"*<sup>464</sup>. Les données du RGA montrent cependant deux départements situés dans la tranche supérieure quant au pourcentage des exploitations engagées dans une démarche touristique (tableau ci-dessous). Les discours recueillis auprès des acteurs sont donc à prendre en considération au vu de la forte fréquentation touristique régionale. En revanche, des cantons comme Lanslebourg Mont-Cenis, Le Châtelard (Savoie) et surtout Thônes (Haute-Savoie) se distinguent par leur agrotourisme extrêmement développé. Il apparaît donc que la confrontation ancienne entre tourisme et agriculture a contribué à une ouverture plus large des agriculteurs aux évolutions, et aux aspirations, de la société. Les préoccupations multifonctionnelles sont à même d'être plus facilement assimilables qu'ailleurs.

**Tableau 26 : la place de la Savoie et de la Haute-Savoie dans l'agrotourisme en France (2000)**

Indicateur	Rang de la Savoie à l'échelle nationale	Rang de la Haute-Savoie à l'échelle nationale
<b>Restauration</b>	16 <sup>ème</sup>	7 <sup>ème</sup>
<b>Hébergement</b>	14 <sup>ème</sup>	15 <sup>ème</sup>
<b>Autres activités lucratives</b>	13 <sup>ème</sup>	12 <sup>ème</sup>
<b>Au moins une activité liée au tourisme</b>	13 <sup>ème</sup>	11 <sup>ème</sup>
<b>Vente directe au consommateur</b>	14 <sup>ème</sup>	11 <sup>ème</sup>
<b>Classement global</b> <sup>465</sup>	12 <sup>ème</sup>	9 <sup>ème</sup>

Source : RGA, 2000.

La mobilisation de la ressource touristique se manifeste notamment par l'ouverture des fromageries, pour la visite et/ou la vente. Du fait de l'histoire institutionnelle de la Savoie et de la prédominance des coopératives en gestion directe dans la zone AOC Beaufort, c'est dans ce département que ces démarches sont les plus répandues et les plus anciennes. Ainsi, dans la filière, la vente directe se réalise via un réseau de magasins dépendant des coopératives, localisés sur le site même des fromageries, mais surtout au cœur même des stations de ski. A partir des années 1970, un réseau de points de vente s'est en effet progressivement construit grâce à la volonté de quelques professionnels : *"Ça c'est fait dans l'hostilité générale vis-à-vis des adhérents des coopératives, car le prix du lait était très faible. Aujourd'hui, toutes les coopératives se sont structurées. Ça a beaucoup contribué à développer les ventes et l'image. La connaissance du produit avait lieu dans un contexte géographique sympathique, et pendant les vacances. Ça permettait de situer le Beaufort dans une région et dans une agriculture difficile"*<sup>466</sup>. On dénombre aujourd'hui pas moins de 25 magasins, uniquement dans la zone Beaufort. Ce réseau a progressivement pris une telle ampleur que les ventes réalisées par ce biais représentent aujourd'hui environ 20 % des volumes du fromage, un chiffre sans équivalent dans les autres AOC françaises. Ces ventes sont un facteur important de la performance commerciale de la filière, étant donné la marge plus importante réalisée : *"C'est la vitrine de la région. Compte tenu de la fréquentation touristique. Ils le redemandent chez eux. C'est la publicité qui coûte le moins cher. On fait des chiffres extraordinaires le samedi. L'hiver, les gens font la queue cent mètres en dehors du magasin"*. Ces magasins sont

<sup>464</sup> Un responsable de la Chambre Départementale d'Agriculture de Haute-Savoie.

<sup>465</sup> Ce classement a été obtenu en calculant la moyenne des % d'exploitations impliquées pour chaque indicateur.

<sup>466</sup> Un responsable de fromagerie en zone AOC Beaufort.

souvent accompagnés de circuits de visite, permettant une vue sur l'histoire de la production de lait dans la région et les différentes étapes de la fabrication. Depuis 1975, la Coopérative du Beaufort accueille ainsi chaque année près de 50 000 personnes. Ces circuits font l'objet d'une promotion par les offices de tourisme et les responsables des stations. Les visites de fromageries sont parfois couplées avec des visites d'exploitations.

Les démarches de visite et de vente sont bien moins développées en Haute-Savoie (majorité de coopératives en gestion indirecte), excepté auprès des producteurs fermiers. Toutefois, même si les producteurs de lait ont d'abord fait le choix de travailler à la valorisation de la matière première, les dernières coopératives construites (Gruffy, Villaz...) ont été dotées de magasins et de circuits de visite, en lien avec les industriels collectant le lait. Notons également que la capacité des stations haut-savoyardes est sans commune mesure avec celles de Savoie : *"Les magasins ont été obtenus au prix d'intenses négociations avec les fromagers. Mais contrairement à la Savoie, les chiffres d'affaires sont négligeables. C'est d'abord pour l'image. Ce sont surtout les locaux qui achètent"*<sup>467</sup>.

En termes de promotion des produits, la primeur revient aux syndicats d'appellation, qui mettent en place leur stratégie en fonction de leurs moyens et de la spécificité de leur produit. Moins favorables depuis quelques années, les chiffres des ventes des fromages amènent les acteurs à s'interroger sur les outils de communication à construire pour apporter des réponses à ce contexte commercial moins favorable. Ainsi, le Syndicat Interprofessionnel du Reblochon (SIR) investit lourdement depuis plusieurs années dans des campagnes collectives d'envergure (radio, presse professionnelle). Toutefois, l'une des particularités des Savoies réside dans la capacité des acteurs à s'inscrire dans des démarches de coopération. La création d'AFTALP<sup>468</sup> en 1997 en est une illustration concrète. La force de cette structure est assurément d'avoir su mettre en place une importante activité de promotion à l'échelle des deux départements savoyards, et d'être ainsi en cohérence avec les démarches à l'œuvre déjà évoquées plus haut. Destinée à mettre en commun des moyens et des compétences (malgré des problématiques très différentes), AFTALP s'est notamment occupée de promotion des produits en lien avec les autres acteurs du territoire. L'association a ainsi vocation à mettre en valeur le plateau de fromages savoyards, à l'échelle régionale et nationale. Parmi les opérations concrètes, on notera un partenariat avec les restaurateurs, mis en place à travers l'élaboration de sets de tables présentant les différents produits : *"C'est beaucoup moins coûteux de faire de la promotion sur place. C'est une opération qui représente un grand succès. Ça oblige les restaurateurs à avoir des fromages de Savoie sur leur plateau, ce qui est loin d'être le cas partout"*<sup>469</sup>. AFTALP joue également le rôle de cheville ouvrière des filières dans leur participation à différents salons, dont celui de l'agriculture à Paris. Depuis quelques années, l'association a confié le domaine de la promotion locale et régionale des fromages à une autre structure – "Agripromo" – dont le travail dans les stations est à souligner.

Face aux difficultés d'écoulement des produits dans les années 1970, la CDA de Savoie décide de mettre en place une structure de promotion en 1974, afin de réaliser des opérations de vente et de dégustation auprès des touristes de la région. Baptisée "Agripromo", cette structure avait au départ une vocation généraliste et faisait office de porte-parole des nombreuses petites entreprises, qui n'avaient alors pas les moyens de réaliser de telles démarches. Rapidement élargie aux deux départements, l'aire d'action d'Agripromo va en revanche se heurter au développement des magasins de coopératives dans les stations. Le

---

<sup>467</sup> Un responsable de la Chambre Départementale d'Agriculture de Haute-Savoie.

<sup>468</sup> Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes.

<sup>469</sup> Un responsable d'AFTALP.

désengagement progressif des chambres va remettre en question l'existence même d'Agripromo. Ce sont finalement les filières fromagères – principalement via AFTALP – qui vont reprendre en charge la structure : *"On est devenu le service promotion d'AFTALP. On travaille surtout sur la Région Rhône-Alpes, on est directement sur le terrain en lien avec les offices de tourisme. Mais on a moins de moyens qu'auparavant"*<sup>470</sup>. Agripromo est toujours présente dans les stations, mais uniquement pour assurer la promotion. Le message s'est donc recentré sur les signes de qualité et le contenu des cahiers des charges.

L'une des grandes réalisations d'AFTALP, en appui avec un certain nombre d'organisations locales, dont le SUACI Montagne, réside dans la mise en réseau de plusieurs points de vente et de visites disséminés dans les deux départements savoyards. Imaginée selon le modèle d'autres routes touristiques, la "Route des Fromages de Savoie" est officiellement née en 2003, et regroupe une trentaine de sites engagés dans une démarche touristique (fromageries, exploitations, centre d'interprétation...) : *"C'est la meilleure façon de communiquer auprès du public, il faut montrer comment on fait les fromages. On a mis au point une charte graphique et un label "Route des fromages", des cartes ont été éditées pour les offices de tourisme. Quand on dit que nos fromages sont fabriqués au lait cru et en alpage, on le prouve au consommateur"*<sup>471</sup>. Là encore, c'est la cohérence à l'échelle bi-départementale qui est recherchée, à travers le renforcement de l'inscription savoyarde des produits : *"Le gros avantage, c'est qu'on est à une échelle Savoie / Haute-Savoie. Il y a eu beaucoup de routes mises en place, comme la route du Comté. Mais c'est moins intéressant pour le public que de découvrir une route DES fromages. On doit dire aux touristes qu'ils ne sont pas uniquement dans une région d'usines à ski, mais aussi dans une région de production de fromages traditionnels. On a une complémentarité puisqu'on a une gamme de produits, y compris en chèvre. Donc on a tout à faire pour travailler ensemble. De plus, je pense que c'est très bien que nous, on l'ait mis en place, avant d'entendre que des gens du tourisme ne mettent en place un produit touristique équivalent"*<sup>472</sup>. A l'aide de fonds européens, la Route des Fromages, devenue "Itinéraire des Fromages autour du Mont Blanc", a été élargie en 2004 à la Suisse (AOP Etivaz, Raclette) et à l'Italie (AOP Fontine) et bénéficie de crédits européens. Contrairement au réseau mis en place à Roquefort, la démarche savoyarde n'est pas réellement issue d'un besoin touristique, mais résulte avant tout d'une volonté professionnelle : *"Les filières ne voulaient pas être un amuseur supplémentaire dans l'offre touristique du département. Ils voulaient définir ce qu'ils voulaient faire comme présentation des produits aux touristes. La question s'est posée. Ils ont tout à fait envie et besoin de travailler avec les opérateurs touristiques, mais ils veulent garder la maîtrise. On n'est pas parti pour savoir ce qui plaisait aux clients ou pas. On sait bien qu'une carte, c'est comme un dépliant recette, on ne sait pas pourquoi ça plaît aux gens. Les gens adorent avoir une carte"*<sup>473</sup>.

En résumé, il semble qu'à travers la conjugaison de ces différentes démarches, l'on assiste en Savoie à l'émergence d'un panier de biens "fromager", fondé sur la cohérence des structures. L'entrée des filières dans l'association "marque collective Savoie" a ainsi permis de mieux positionner le contenu de la communication institutionnelle par rapport au travail réalisé au niveau d'AFTALP et d'Agripromo : *"Aujourd'hui, on sent une volonté de concertation, mais cela nécessite beaucoup de négociations et d'explications"*<sup>474</sup>. La

---

<sup>470</sup> Une responsable d'Agripromo.

<sup>471</sup> Un responsable de la "Route des Fromages".

<sup>472</sup> Une responsable du Syndicat de Défense du Beaufort.

<sup>473</sup> Un responsable du SUACI Montagne.

<sup>474</sup> Un responsable d'AFTALP.

mobilisation quasi-naturelle de l'échelle savoyarde est assurément un atout. Malgré tout, la trajectoire particulière du système pose des questions quant à la réussite des démarches.

#### 4.4. Une logique fortement sectorielle et un potentiel encore insuffisamment exploité

Malgré des démarches touristiques relativement développées (notamment si l'on compare aux autres terrains), la trajectoire agricole savoyarde est jugée par beaucoup d'interlocuteurs comme insuffisamment tournée vers les flux de fréquentation. Cette situation serait finalement due à un contexte "trop" favorable : *"Je pense que les JO de 92 ont un peu endormi les gens, les choses vont un peu trop d'elles-mêmes. Les choses allaient tellement bien pendant des années qu'on a laissé aller. Les liens qui existent aujourd'hui, c'est souvent plus du partenariat de voisinage qu'une vraie stratégie"*<sup>475</sup>. Les problèmes de vente rencontrés par les professionnels contribuent depuis quelques années à l'émergence d'une réflexion davantage tournée vers les acteurs touristiques. La ressource constituée par le potentiel de consommation régional n'apparaît ainsi pas suffisamment exploitée. Les études réalisées par l'Observatoire des Fromages Savoyards montrent que la consommation des AOC de Savoie dans le "Centre Est" est faible, même si les panels ne prennent pas en compte la vente directe, toujours difficile à évaluer. Si l'absence de besoin commercial explique cette situation, les habitudes alimentaires des résidents jouent un rôle important : *"Historiquement, le Beaufort n'était pas un fromage consommé sur place, mais destiné à la commercialisation. Ici, on mangeait de la tomme. Même si ça a évolué, les habitudes alimentaires, c'est tenace"*<sup>476</sup>. La perception des fromages par les locaux renvoie donc d'abord à des produits "souvenirs" destinés aux touristes. L'arrivée massive de population extérieure connaissant mal les produits est susceptible de renforcer cette situation. Au vu du succès rencontré par des démarches de vente directe sur des produits de diversification (viande), le potentiel de consommation de la zone apparaît bel et bien réel. Les professionnels – notamment dans la filière Beaufort – réfléchissent actuellement à l'implantation de magasins dans les centres urbains de la région.

Par ailleurs, du point de vue des liens entre agriculture et tourisme, la prégnance de la production laitière induit une logique avant tout sectorielle, dont il semble difficile de sortir. Ainsi, en dépit de quelques démarches très abouties qui seront analysées plus loin, les professionnels du tourisme manquent souvent d'interlocuteurs agricoles pour construire des produits plus élaborés. La Route des Fromages illustre cette tendance sectorielle, dans la mesure où elle ne présente que des ateliers de transformation. La volonté de maîtriser la démarche renforce cette logique professionnelle : *"Ils ont voulu au départ que les producteurs de fromage restent maîtres de la route, que le produit corresponde au monde agricole. Ils ne vendent pas leur âme. Mais c'est vrai qu'il ne faudrait pas penser que laitier. Les AOC ne favorisent pas forcément la diversité"*<sup>477</sup>. Des réflexions sont aujourd'hui en cours pour intégrer d'autres types de professionnels, notamment des restaurateurs.

L'articulation avec la sphère politique est également difficile, comme en témoignent les réticences éprouvées par certains professionnels vis-à-vis de la marque collective Savoie. Comme en Région Centre, cette marque concerne d'abord le territoire avant les produits : *"Les fromages sont noyés dans un ensemble d'autres produits. Quand j'étais en Auvergne, on avait fait de la promotion pour les cinq fromages d'Auvergne avec des spots télé. Et quand on faisait des tests pour voir l'impact, les gens nous répondaient qu'on avait fait de la pub pour*

---

<sup>475</sup> Une responsable du SUACI Montagne.

<sup>476</sup> Une responsable Syndicat de Défense du Beaufort.

<sup>477</sup> Une responsable du GIS Alpes du Nord.

*l'Auvergne. Les fromages étaient passés complètement inaperçus. Donc, ça ne répond pas à nos attentes*"<sup>478</sup>. Présent sur les dépliants faisant la promotion touristique, le logo "Savoie Mon Goût de Cœur" est très peu utilisé par les professionnels. Poussée à l'extrême, la recherche de cohérence à l'échelle des deux départements savoyards peut avoir des effets néfastes en termes de redondance. Outre les syndicats AOC, la marque collective et AFTALP, les coopératives laitières et viticoles de Savoie (appellations Crépy, Seyssel, Roussette) communiquent également sur cette base territoriale : *"Quand on regarde les brochures consacrées aux fromages, ce n'est pas toujours lisible. Je trouve qu'il commence à en avoir beaucoup sur la même chose. Dans les présentoirs, on ne les met plus tous, il faut qu'on fasse un tri sinon, on a un rayon complet de fromages. Faire connaître, c'est bien, mais par exemple, les coopératives, ça commence à se croiser avec la Route des Fromages. Il n'y a pas forcément exactement les mêmes, mais ce n'est pas très différent. La multiplicité, ce n'est jamais bon. Un document bien fait et bien visible, ce serait mieux"*<sup>479</sup>. La mise en place d'un fond de promotion au niveau du CIELS pose la question de sa cohérence avec le travail de la marque collective. Les professionnels s'interrogent d'ailleurs sur le contenu du message à faire passer et sur les modalités d'action (communication collective ou appui aux entreprises).

Dans l'offre touristique interdépartementale, les fromages AOC occupent une place importante, bien entendu loin derrière les activités liées au ski et à la montagne (randonnées). La complémentarité potentielle entre les deux sphères apparaît envisageable. Nous verrons d'ailleurs dans la partie suivante que les demandes des touristes ne concernent plus seulement le ski, mais la montagne dans son ensemble. Les préoccupations liées aux activités agricoles et aux équilibres écologiques et économiques apparaissent plus importantes qu'auparavant. Les AOC fromagères ont donc des opportunités à saisir dans ce contexte. Leur lisibilité sur le territoire en termes de signalétique pourrait également être renforcée : *"Vous ne pouvez pas quitter la Dordogne sans penser que c'est le pays du canard. Ici, ce n'est pas forcément le cas. Vous allez dans le Jura, il y a ce lien très fort avec les fruitières sur le territoire"*<sup>480</sup>. Pour autant, malgré des produits extrêmement spécifiques, le contenu de la communication issue des filières apparaît relativement générique. Dans une perspective de concurrence des territoires, les filières gagneraient à mettre davantage en valeur leurs particularités : *"Les fromages issus de la montagne, bientôt, cela ne va plus suffire. On a quand même des cahiers des charges contraignants. Il y a des gens à récupérer sur un autre discours : les services, les savoir-faire, la diversité biologique. Le maintien de la population agricole..."*<sup>481</sup>. On peut toutefois noter que l'inscription des AOC dans une démarche traditionnelle et authentique est contradictoire avec la communication institutionnelle réalisée au niveau de Rhône-Alpes, qui insiste sur la dimension technologique et l'accessibilité. La population locale doit également figurer parmi les cibles prioritaires dans la stratégie de communication des filières AOC : *"Réinvestir le local, c'est fondamental. Il faut renforcer la notoriété localement, et faire savoir que ces fromages sont fabriqués localement pour pouvoir se servir de ces gens comme ambassadeurs des fromages. Il faut qu'ils se le réapproprient"*<sup>482</sup>. Le regain d'intérêt connu par les fêtes traditionnelles semble révélateur d'un engouement pour la vie à la campagne et les métiers d'autrefois. Initiées par des OT, des collectivités locales ou des professionnels, des manifestations de plus en plus nombreuses sont ainsi dédiées aux fromages AOC.

<sup>478</sup> Un responsable de fromagerie en Haute-Savoie.

<sup>479</sup> Une responsable d'office de tourisme.

<sup>480</sup> Un responsable du GIS Alpes du Nord.

<sup>481</sup> Une responsable du GIS Alpes du Nord.

<sup>482</sup> Une responsable du SUACI Montagne.



En conclusion, le processus de qualification territoriale dans les Savoies apparaît comme particulier, dans la mesure où il n'y a pas comme à Roquefort un impératif de maintien de l'activité économique. La contribution des filières s'analyse donc à travers leur capacité à se coordonner, pour élargir l'offre touristique régionale. Les préoccupations concernent également une recherche d'accroissement des ventes à l'échelle locale, qui serait une réponse aux difficultés commerciales actuelles.

Comme avec l'approche productive, les trajectoires des quatre pôles en termes de synergies entre activités se caractérisent donc par une importante diversité, tant dans la nature des ressources que dans les types d'acteurs d'impliqués. Les enjeux de développement territorial inhérents à chacun de ces pôles apparaissent eux aussi très disparates, ce qui rend l'analyse d'autant plus complexe. Toutefois, bien qu'hétérogènes, ces informations sont à même de fournir un certain nombre d'enseignements quant à l'articulation entre produit et territoire à l'échelle régionale, ainsi qu'à la réussite du processus de développement. A travers les monographies, la propension des AOC à générer des coordinations est incontestable. Le caractère spécifique des produits (non-reproductibilité) intéresse fortement les autres acteurs élus, acteurs du tourisme), à la recherche de moyens de différenciation territoriale. L'enjeu réside alors dans la "bonne utilisation" de cet atout spécifique<sup>483</sup>.

En termes de résultats, si la taille des pôles AOC était un atout dans une perspective productive, il ne s'agit plus ici d'un critère déterminant, les processus de qualification peuvent apparaître, indifféremment du poids économique des filières. Mieux, les plus gros tonnages induisent potentiellement une domination accrue de la logique sectorielle, et des liens plus diffus avec les acteurs locaux, les professionnels des filières AOC étant en général moins "demandeurs" de démarches visant à la coopération territoriale. Du point de vue de la réussite des processus de développement, le contexte est ici encore prégnant. Dans les quatre monographies, l'accent est mis sur le caractère porteur ou non des territoires mobilisés dans la promotion comme facteur conditionnant fortement les stratégies des acteurs. La réflexion sur les échelles pertinentes est donc cruciale, notamment lorsque l'on a affaire à des espaces "incertains" (Centre, Sud-Aveyron). Les stratégies alternatives peuvent se reporter soit sur la mobilisation de territoires plus restreints, davantage porteurs (exemple du Centre, avec le Berry et la Touraine), où sur une volonté de construction d'une nouvelle échelle appropriable par les acteurs, les résidents et les touristes (cas du Sud-Aveyron, avec la démarche du "Pays de Roquefort"). Par ailleurs, il est important de prendre en considération les activités économiques dominantes, dont vont largement dépendre des rapports de force entre secteurs. Ainsi, l'industrie du ski dans les Savoies ou le tourisme dans le Centre ou la Basse-Normandie constituent des points de passage obligés pour les filières AOC désireuses de promouvoir leur image à l'échelle régionale. Ce rapport est inversé dans le Sud-Aveyron, où ce sont les acteurs touristiques qui s'appuient sur la notoriété du Roquefort afin de capter une demande.

Au-delà de ces éléments de contexte, il nous faut souligner la capacité de coordination des acteurs dans l'élaboration des démarches. A titre d'exemple, la faible dynamique collective qui caractérise un territoire comme le pays d'Auge est une donnée qui nuit considérablement à l'émergence d'une volonté régionale affirmée et susceptible de "faire tomber les barrières" entre secteurs d'activité. Quoi qu'il en soit, les informations collectées sont à même de nous fournir un certain nombre de points de comparaison, à travers la construction d'indicateurs destinés à rendre compte du processus de développement à l'échelle des pôles AOC.

---

<sup>483</sup> Cette question sera traitée plus précisément dans le chapitre 7.

## 5. La démarche comparative : identification d'indicateurs de développement territorial à l'échelle des pôles AOC

Comme pour le chapitre précédent, il est désormais possible de proposer des indicateurs permettant de confronter ces différentes trajectoires et d'apprécier ainsi le processus de développement en termes de coordinations entre acteurs et de construction de ressources liées à l'image des produits. Les données collectées nous fournissent en effet un cadre d'application des notions évoquées dans le chapitre 3 :

- la gouvernance territoriale, destinée à rendre compte des coordinations,
- le panier de biens, grille d'analyse du processus de construction de ressources liées à l'image des produits et aux synergies entre secteurs d'activité.

L'originalité de notre recherche, fondée sur les pôles AOC, nous amène à présenter ces résultats en fonction d'échelles territoriales qui apparaissent pertinentes pour les acteurs. Les processus observés à l'échelle des pôles font émerger des espaces plus restreints, qui sont le lieu de coordinations plus intenses. L'organisation des indicateurs renvoie à une logique similaire à celle du chapitre précédent. Dans un premier temps, il s'agit de caractériser le contexte territorial dans lequel sont ancrées les coordinations. Les différentes dimensions du territoire sont évoquées (économique, politique, identitaire<sup>484</sup>), et une place particulière est faite aux aspects touristiques. Toujours à l'échelle régionale, d'autres indicateurs permettent de mieux définir l'importance des produits AOC et leur place dans l'offre touristique. Cette première analyse a en quelque sorte vocation à fournir ainsi un certain nombre d'informations utiles à la compréhension des dynamiques à l'œuvre à des échelles plus fines. Pour trois des quatre terrains enquêtés, le choix s'est porté sur la dimension administrative (Basse-Normandie, Centre, Savoies). Pour Roquefort, le choix a été fait de considérer le Rayon de Roquefort dans son ensemble, partagé entre différentes régions et différents départements.

Les tableaux qui suivent s'appuient en revanche sur des échelles plus fines, identifiées dans la section précédente, et jugées pertinentes pour l'observation des dynamiques de développement. Pour un même territoire, plusieurs AOC peuvent alors être concernées. Ainsi, le Pays d'Auge, le Berry, la Touraine, et le Pays de Roquefort émergent comme territoires de valorisation. Seules les Savoies conservent le même niveau d'analyse. De nature relativement comparables, les informations collectées justifient de placer ces territoires sur un même plan et de les confronter. L'intérêt de considérer de tels territoires réside selon nous dans le fait qu'ils se situent à l'interface entre des évolutions globales, à l'échelle régionale voire nationale, et des dynamiques très locales qui concourent à leur construction. Les coordinations et les ressources sont dès lors examinées, ainsi que leur éventuelle concrétisation dans un "panier de biens". Chacun de ces thèmes est enrichi par des indicateurs permettant d'évaluer la place des fromages d'appellation. Enfin, une dernière série d'indicateurs, plus synthétiques, permet de définir la trajectoire de développement et d'identifier les enjeux qui y sont liés.

Certains indicateurs méritent selon nous une explication particulière. Ainsi, l'articulation des AOC avec l'offre touristique régionale renvoie à la complémentarité potentielle qui peut exister entre l'image véhiculée par les produits d'appellation et les messages que souhaitent diffuser les instances régionales. Evoqué plus haut, l'exemple savoyard montre toute l'importance de cet indicateur. Qu'ils soient institutionnels ou

---

<sup>484</sup> En partant du principe que le sentiment d'appartenance à un même territoire est un facteur propice à une meilleure coordination des acteurs.

professionnels, les acteurs des deux départements de Savoie et de Haute-Savoie sont conscients de la nécessité de se démarquer de l'image de Rhône-Alpes. Sans renier la modernité, les Savoies s'inscrivent dans une perspective davantage traditionnelle. Ces complémentarités sont loin d'être automatiques. Si le vin et le fromage semblent se compléter (même si dans les faits, les coordinations sont difficiles), certains discours d'élus ont tendance à assembler des éléments souvent peu en rapport les uns avec les autres. On peut par exemple s'interroger sur la pertinence de l'association entre château et fromage, dans un contexte où les AOC caprines ne présentent pas d'intérêt particulier dans la stratégie de communication des instances régionales. De même, la volonté de la Normandie, et plus précisément du Calvados, de moderniser une image jugée trop passéiste ne va pas forcément dans le sens des AOC.

En termes de coordinations, le degré d'autonomie du territoire désigne la propension des acteurs à prendre en charge leur propre développement. Certains territoires souffrent en effet de clivages administratifs qui nuisent à la cohérence d'ensemble des actions qui sont menées (pays d'Auge). Parmi les ressources évoquées, la mobilisation de la population locale est apparue comme un enjeu décisif, aussi bien pour le développement des filières AOC que pour celui des territoires. Les résidents sont en effet les premiers ambassadeurs du produit susceptibles d'être en contact avec les touristes. Les opérations de sensibilisation (fêtes locales, marchés...) sont de ce fait fondamentales, elles doivent impérativement intégrer cette dimension, et ne pas rester cantonnées à une vision uniquement touristique ou professionnelle. Dans le même ordre d'idée, les diverses signalétiques annonçant la présence du fromage constituent une forme d'appropriation territoriale qui, en dépit de leur caractère modeste, constituent des marqueurs forts aussi bien pour les résidents que pour les visiteurs.

Les limites de cette analyse comparative sont les mêmes que celles exposées lors du chapitre précédent, l'interprétation des informations ainsi que leur caractère parfois partiel peut avoir une incidence sur les résultats. Les appréciations nous semblent donc plus intéressantes à observer à titre comparatif que pour elles-mêmes.

## **5.1. Les dynamiques territoriales inhérentes à chaque terrain d'étude**

Indépendamment de la capacité des AOC à s'inscrire dans des démarches de développement, ce premier tableau montre que les quatre régions présentent des caractéristiques très différentes, liées notamment à leur localisation et aux atouts touristiques qu'elles ont à faire valoir. Ces ressources, que l'on pourrait qualifier de "génériques", sont autant d'éléments à mobiliser par les dans leur démarche de promotion.

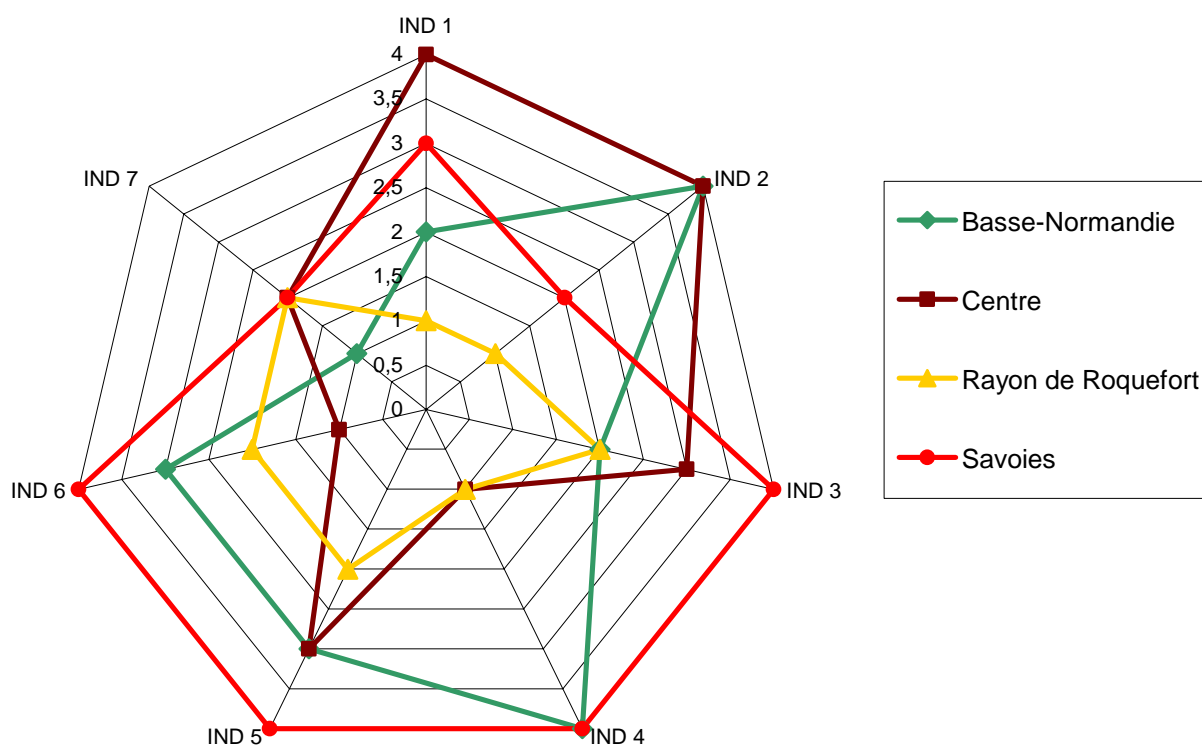
**Tableau 27 : les dynamiques territoriales à l'échelle régionale**

	<b>Basse-Normandie</b>	<b>Centre</b>	<b>Sud-Aveyron</b>	<b>Savoies</b>
<b>Accessibilité</b>	Moyenne	Très bonne	Moyenne / faible	Bonne
<b>Proximité centres urbains</b>	Très forte (région parisienne)	Très forte (région parisienne, interface Europe du Nord / Europe du Sud)	Faible	Moyenne
<b>Potentiel de consommation régional</b>	Moyen	Fort	Faible	Très fort
<b>Degré de notoriété de l'échelle territoriale</b>	Très fort International	Très faible (confondue avec d'autres régions)	Très faible	Très forte
<b>Niveau de fréquentation touristique</b>	Fort	Fort	Moyen	Très fort
<b>Sites d'envergure</b>	Espace Historique de la Bataille de Normandie, Bayeux, Mont Saint-Michel,	Châteaux de la Loire, villes de caractère	Caves de Roquefort, La Couvertorade	Stations de ski
<b>Sentiment identitaire</b>	Fort	Très faible, rivalités	Partiel	Très fort
<b>Influence du maillage administratif</b>	Deux régions administratives (rivalités)	Assemblage de régions différentes	Deux régions administratives, prégnance de l'Aveyron	Deux départements, importante coopération
<b>Place de l'action publique</b>	Très forte	Moyenne	Forte	Moyenne
<b>Place des acteurs privés</b>	Moyenne	Moyenne	Forte	Forte
<b>Degré de coordination public/privé</b>	Faible	Moyen	Moyen	Moyen
<b>Image des produits alimentaires dans l'offre touristique globale</b>	Moyenne (produits laitiers, cidre)	Faible (vignoble)	Forte (fromage)	Moyenne (fromages)
<b>Démarches de valorisation concernant produits alimentaires</b>	Marque "Bienvenue en Gourmandie" (IRQUA Normandie)	-	Signalétique (IRQUALIM, Conseil Régional Midi-Pyrénées)	Marque collective Savoie
<b>Place des AOC</b>	Moyenne	Faible	Centrale	Centrale
<b>Démarches initiées par les AOC dans le domaine touristique</b>	Moyenne, visites de fromageries, vente directe	Faibles	Importantes (visite des caves, Ballade gourmande en Pays de Roquefort)	Importantes (Itinéraire des Fromages Savoyards)
<b>Cohérence des démarches AOC</b>	Faible, démarches dispersées	Faible, relations conflictuelles	Forte (une seule AOC)	Forte
<b>Articulation des AOC avec l'offre touristique régionale</b>	Moyenne	Faible	Forte	Forte

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

Pour une meilleure lisibilité, les indicateurs renvoyant au caractère attractif ou non de l'environnement régional ont été repris dans le graphique ci-dessous. Relativement excentrée et isolée, l'AOC Roquefort semble a priori la moins bien "lotie". Les Savoies se distinguent à travers une fréquentation touristique bien plus importante qu'ailleurs. Le Centre bénéficie quant à lui d'un atout de localisation à travers sa proximité parisienne. La Basse-Normandie se positionne dans une situation intermédiaire.

**Graphique 5 : le contexte régional des terrains d'étude**



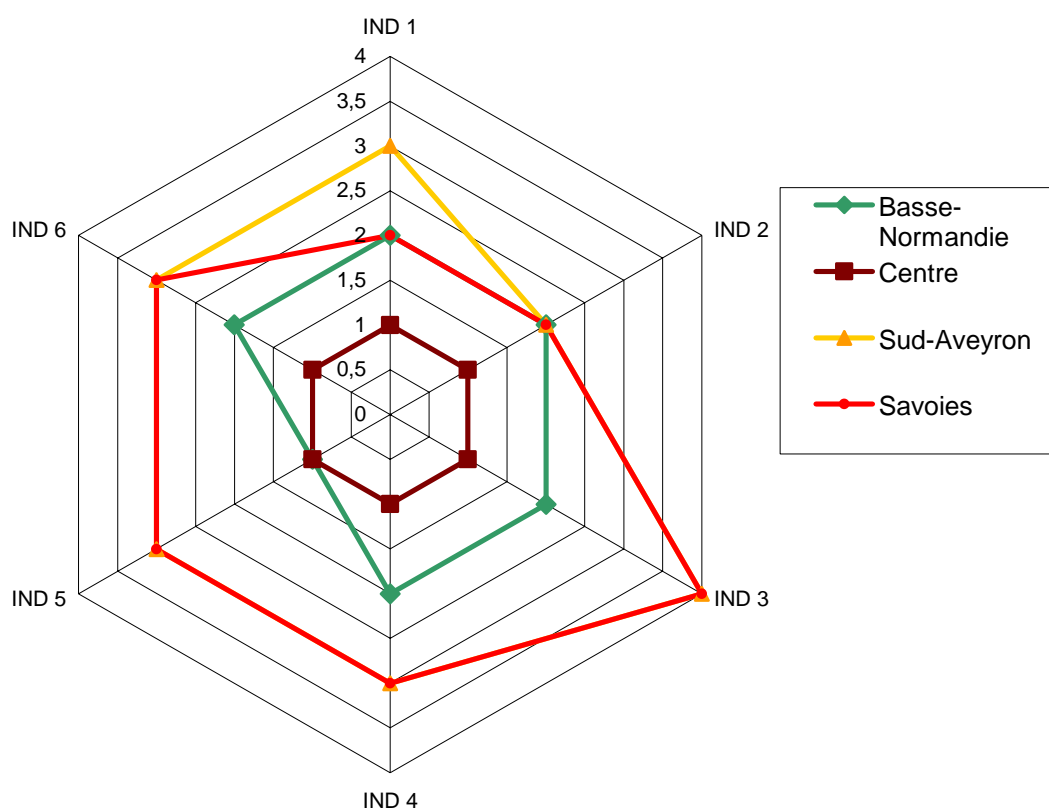
**Liste des indicateurs**

Accessibilité	IND 1
Proximité centres urbains	IND 2
Potentiel de consommation	IND 3
Degré de notoriété	IND 4
Fréquentation touristique	IND 5
Sentiment identitaire	IND 6
Coordination public / privé	IND 7

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

Egalement tiré de ce premier tableau, le schéma suivant présente cette fois-ci la place des fromages AOC dans leur contexte régional, notamment du point de vue de leur notoriété et de leur importance dans les démarches. Le caractère confidentiel des appellations du Centre apparaît nettement, tandis que les AOC des Savoies et de Roquefort occupent une place significative, voire centrale dans le deuxième cas. La Basse-Normandie se situe à nouveau dans une position moyenne.

**Graphique 6 : la place des AOC dans leur contexte régional**



**Liste des indicateurs**

Image des produits alimentaires dans l'offre régionale	IND 1
Démarches de valorisation	IND 2
Place des AOC	IND 3
Démarches initiées par les AOC	IND 4
Cohérence des démarches AOC	IND 5
Articulation AOC / offre touristique régionale	IND 6

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

## 5.2. Les coordinations pour faire émerger les territoires pertinents des pôles AOC

L'analyse des coordinations liées aux produits d'appellation a permis de faire émerger des territoires plus restreints, ne renvoyant pas forcément à des découpages administratifs. Mis en lumière par le discours des acteurs, ces territoires sont tous sous-tendus par des limites administratives, mais sont tous porteurs de dynamiques identitaires et culturelles fortes, qui sont au cœur des processus de coordination à l'œuvre. Ils constituent donc également des territoires d'action pour le développement et sont le siège de confrontations parfois intenses entre les sphères privées publiques. Les formes de gouvernance identifiées distinguent nettement des logiques à dominante publique, comme dans le pays d'Auge, de logiques davantage privées (Roquefort), les autres territoires étant dans une configuration intermédiaire. La place des AOC est d'abord fonction de leur poids économique, puis de leur propension à se coordonner et à s'engager dans cet échelon territorial. Notons également l'implication différenciée des différents types d'acteurs dans les filières.

**Tableau 28 : les acteurs et les coordinations**

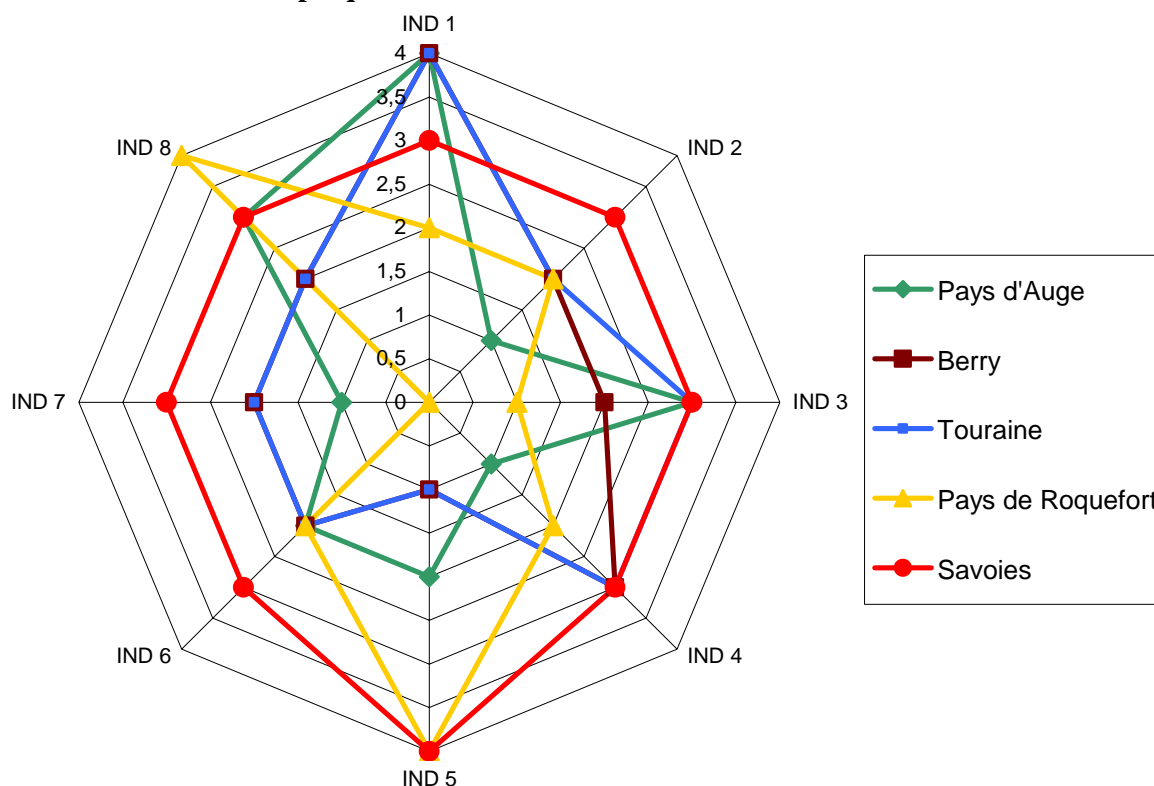
	<b>Pays d'Auge</b>	<b>Berry</b>	<b>Touraine</b>	<b>Pays de Roquefort</b>	<b>Savoies</b>
<b>Sentiment identitaire</b>	Très fort, sentiment de fierté	Très fort, image assez négative	Très fort, sentiment de fierté	Faible, construction touristique	Fort, identité montagnarde
<b>Maillages administratifs</b>	Coupé en deux départements (Calvados, Orne), faibles coordinations	Deux départements (Cher et Indre), forte coopération touristique et promotionnelle	Adéquation avec l'Indre-et-Loire	Composante du Sud-Aveyron	Deux départements, fortes coopérations (Assemblée des Pays de Savoie, CIELS...)
<b>Capacité collective des acteurs</b>	Faible, pas de tradition de coopération	Moyenne	Moyenne	Moyenne	Forte, manque de remise en cause
<b>Degré d'autonomie du territoire</b>	Forte, nombreuses organisations augeronnes	Moyen	Fort	Faible	Fort
<b>Place des acteurs publics</b>	Très forte	Forte	Moyenne	Moyenne	Moyenne
<b>Poids des acteurs privés</b>	Moyen, en déclin	Moyen	Moyen	Fort	Fort
<b>Acteurs "leaders"</b>	Pays d'Auge Expansion, CIPPA, syndicat du cru de Cambremer (cidre), fromageries AOC	Conseil Régional, conseils généraux, comités départementaux du tourisme	Conseil Régional, Conseil Général, CDT	Société des Caves, OT de Roquefort	Coopératives laitières, conseils généraux, chambres d'agriculture
<b>Dynamique des relations public / privé</b>	Concurrence, conflit	Coopération	Coopération	Conflit / négociation	Coopération
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante publique	Mixte	Mixte	A dominante privée	Mixte
<b>Filières AOC impliquées</b>	Camembert de Normandie, Pont-l'Evêque, Livarot	Crottin de Chavignol, Valençay, Pouligny Saint-Pierre	Sainte-Maure de Touraine	Roquefort (projet AOC Pérail de brebis)	Reblochon, Beaufort, Abondance, Tome des Bauges, Chevrotin
<b>Place des acteurs AOC dans la coordination</b>	Faible / moyenne, associée à d'autres acteurs	Faible, associée à d'autres produits	Faible, derrière le vin	Très forte	Très forte
<b>Place des producteurs de lait</b>	Faible	Faible	Faible	Faible	Moyenne (coopératives)
<b>Place des producteurs fermiers</b>	Très faible (un seul producteur impliqué)	Moyenne	Moyenne	Nulle, pas de production fermière	Forte
<b>Place des transformateurs</b>	Moyenne (fromageries privées)	Faible	Faible	Très forte	Moyenne

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

Dans le graphique ci-dessous, les indicateurs allant de 1 à 5 (partie droite) renvoient des coordinations entre acteurs au niveau global et rendent compte de la capacité collective des territoires. La partie gauche (6 à 8) s'intéresse aux coordinations mettant en jeu les acteurs des filières AOC. Du fait de la tradition coopérative ancienne et du rapprochement institutionnel entre les deux départements, les Savoies se distinguent par des coordinations plus importantes, notamment au niveau de l'ensemble des composantes des filières. Le contexte roquefortais apparaît en revanche beaucoup plus hétérogène en fonction des indicateurs, les acteurs AOC étant très présents, mais essentiellement via les transformateurs.

La courbe du pays d'Auge met en évidence la faible capacité de coopération des acteurs. La Touraine semble avoir un léger avantage sur le Berry, étant donné les difficultés de mise en cohérence des trois appellations berrichonnes et le nombre d'acteurs plus important.

**Graphique 7 : les AOC et la coordination des acteurs**



#### Liste des indicateurs

Sentiment identitaire	IND 1
Capacité collective	IND 2
Degré d'autonomie du territoire	IND 3
Dynamiques public / privé	IND 4
Place des acteurs AOC dans la coordination	IND 5
Place des producteurs de lait	IND 6
Place des producteurs fermiers	IND 7
Place des transformateurs	IND 8

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

### 5.3. La construction de ressources spécifiques

Deuxième fondement du processus de développement, les ressources offertes par ces différents territoires sont assez proches de celles identifiées à l'échelle régionale. La hiérarchie instaurée par la capacité des filières AOC à générer des ressources spécifiques nous apparaît assez proche de leur capacité collective, preuve que ressource et coordination sont liées.

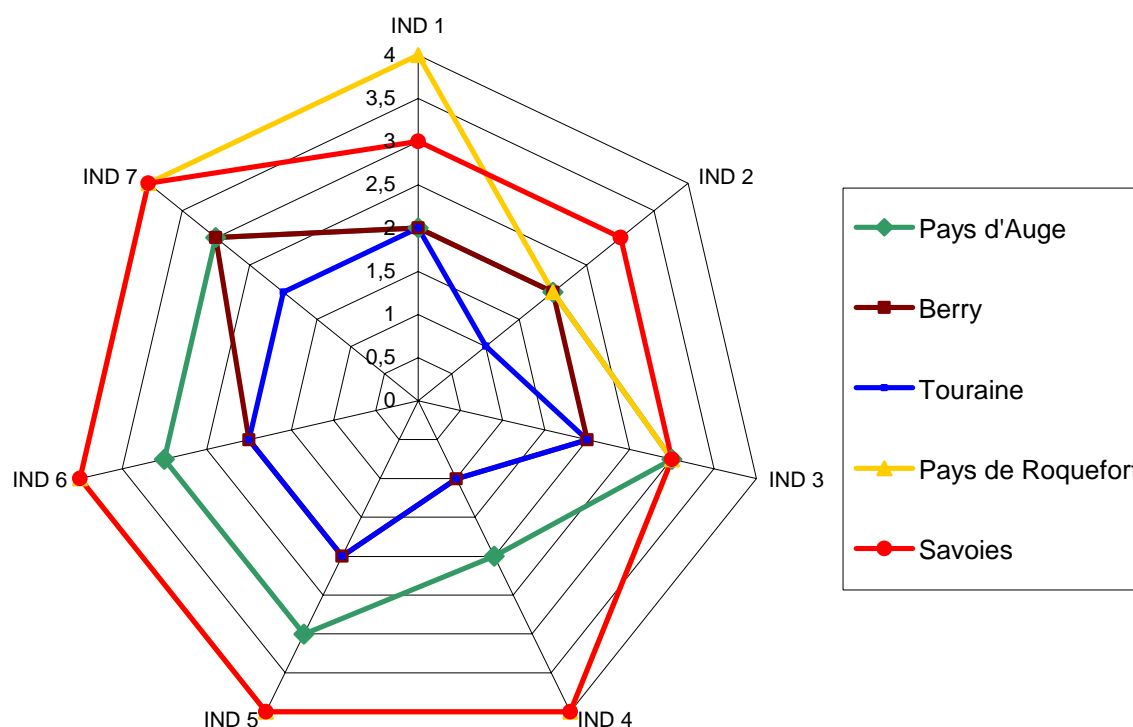


**Tableau 29 : le processus de construction/mobilisation de ressources**

	<b>Pays d'Auge</b>	<b>Berry</b>	<b>Touraine</b>	<b>Pays de Roquefort</b>	<b>Savoies</b>
<b>Fréquentation touristique</b>	Forte (Côte Fleurie, arrière-pays)	Moyenne	Forte	Moyenne	Très forte (stations)
<b>Notoriété du territoire</b>	Nationale	Nationale	Internationale	Régionale	Internationale
<b>Proximité centres urbains</b>	Très forte	Forte	Forte	Faible	Forte
<b>Potentiel de consommation</b>	Fort	Moyen / faible	Fort	Faible	Très fort
<b>Ressources paysagères</b>	Fortes, paysager bocager	Moyennes, étangs de la Brenne	Fortes, Val de Loire, luminosité	Moyennes (causses)	Fortes (montagne)
<b>Appropriation des produits par la population locale</b>	Moyenne	Moyenne	Moyenne	Très forte	Forte
<b>Opportunités à saisir</b>	Désenclavement, Port 2000	Développement du réseau autoroutier	Volonté de diversifier l'offre touristique	Viaduc de Millau, A75	Volonté de diversifier l'offre touristique
<b>Articulation tourisme / agriculture</b>	Moyenne	Moyenne	Faible	Moyenne	Moyenne
<b>Démarches de valorisation dédiées aux produits</b>	Promotion des produits fermiers (CIPPA), route du cidre de Cambremer, visite de fromageries	Le Berry à Paris	Pôle Elevage Qualité Touraine	Démarches liées à l'AOC Roquefort, site remarquable du goût	marque collective Savoie, site remarquable du goût (Beaufort)
<b>Place des AOC dans la construction de ressources</b>	Moyenne	Faible	Faible	Très forte	Très forte
<b>Manifestations locales dédiées aux AOC</b>	Festival des AOC de Cambremer	Fêtes locales dédiées aux fromages	Fête locale dédiée au fromage	Festival brebis Lacaune	Nombreuses fêtes locales
<b>Degré de spécificité des ressources AOC</b>	Fort	Moyen	Moyen	Très fort	Très fort
<b>Projets à venir</b>	Label rouge viande bovine Normande, marché virtuel des AOC, Maison et Observatoire des AOC	-	-	Maison du Roquefort	Ouverture de l'Itinéraire des fromages à d'autres types d'acteurs
<b>Démarches initiées par les filières AOC</b>	Visites d'exploitations, de fromageries	Visite de fromageries	Concours Sainte-Maure de Touraine	Visite des caves, réseau de visite de fermes, Pastoralia	Itinéraire des Fromages Savoyards, vente directe, visite de fromageries

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

**Graphique 8 : les AOC et la production de ressources**



**Liste des indicateurs**

Appropriation des produits par la population locale	IND 1
Articulation tourisme / agriculture	IND 2
Démarches de valorisation dédiées aux produits	IND 3
Place des AOC dans la construction de ressources	IND 4
Manifestations locales dédiées aux AOC	IND 5
Degré de spécificité des ressources AOC	IND 6
Démarches initiées par les AOC	IND 7

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

#### 5.4. Le panier de biens comme résultat de la coordination autour de ressources

Les ressources et les coordinations sont analysées ici dans une perspective de construction de panier de biens. L'offre de produits et services dépend d'une part des ressources territoriales présentes, et d'autre part des démarches initiées par les filières AOC. Le tableau met en évidence le lien direct qui semble exister entre la mise en cohérence des démarches et l'implication des acteurs AOC. Les paniers identifiés dans les différents terrains présentent ainsi des caractéristiques variées. Ils sont mus par des coordinations privées (Roquefort) ou publiques (Pays d'Auge). Les produits AOC y sont centraux (Savoies) ou périphériques, voire marginaux (Berry, Touraine). Leur degré d'achèvement est très variable et dépend de la trajectoire de développement du territoire. Enfin, les coordinations sont facilitées par le degré de cohérence des systèmes AOC. Le Berry pâtit par exemple de stratégies distinctes entre les trois syndicats, ce qui empêche l'émergence d'une dynamique commune. A l'inverse, les AOC savoyardes apparaissent suffisamment structurées et travaillent en collaboration depuis de nombreuses années.

**Tableau 30 : le développement territorial en termes de panier de biens**

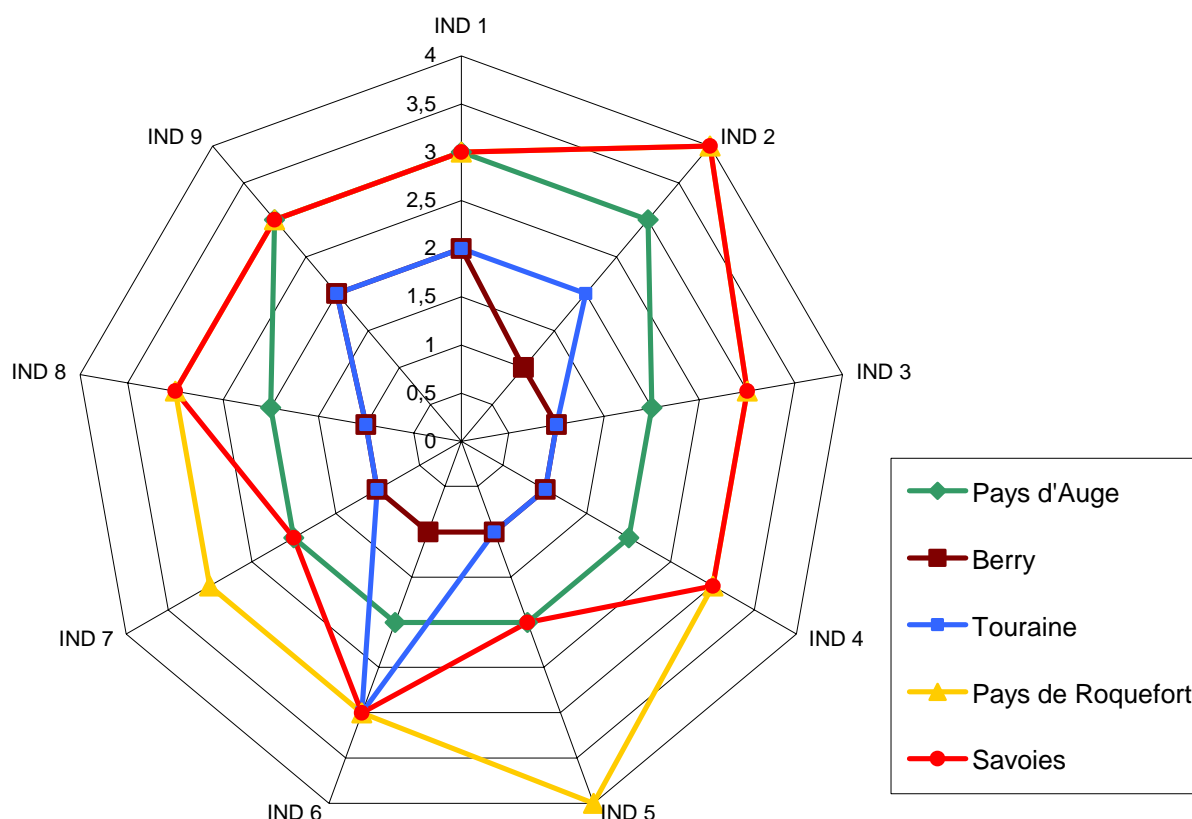
	<b>Pays d'Auge</b>	<b>Berry</b>	<b>Touraine</b>	<b>Pays de Roquefort</b>	<b>Savoies</b>
<b>Offre de produits / services</b>	Côte Fleurie, cidre, fromages, visite de fermes, de fromageries, de cidreries, Domaine de Saint-Hippolyte	Château de Valençay, musées, étangs de la Brenne, vignobles, fromages fermiers	Châteaux de la Loire, vignobles de Touraine, fromages fermiers	Visite des Caves, visite de fermes, sites templiers, Pastoralia	Visite d'exploitations, de fromageries, randonnées, ski.
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Moyenne, en cours de structuration, existence de produits touristiques élaborés	Faible	Faible	Moyenne, en cours de structuration, existence de produits touristiques élaborés	Moyenne, en cours de structuration
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Forte	Faible	Moyenne	Très forte	Très forte
<b>Acteurs leaders</b>	Elus locaux, producteurs de cidre fermiers	Professionnels du tourisme	Professionnels du tourisme	Industriels, professionnels du tourisme, élus locaux, PNR des Grands Causses	Office de tourisme, stations, coopératives laitières
<b>Marquage territorial (signalétique)</b>	Route du Cidre	Producteurs fermiers de Crottin de Chavignol	Commune de Sainte-Maure de Touraine	Signalétiques diverses	Signalétiques diverses
<b>Cohérence des démarches touristiques</b>	Moyenne	Faible	Faible	Forte	Forte
<b>Place des AOC dans la spécification</b>	Moyenne	Faible	Faible	Forte	Forte
<b>Place de l'AOC dans l'offre</b>	Moyenne, en retrait par rapport au cidre	Faible, au niveau des autres produits, derrière le vin	Faible, derrière le vin	Très forte	Moyenne, derrière les stations et les randonnées
<b>Cohérence des démarches AOC</b>	Moyenne, cohérence au niveau des syndicats, démarches distinctes dans les trois communes	Faible, démarches distinctes dans les trois communes et pour chaque filière	Forte, un seul syndicat	Forte	Forte (coopération ancienne entre les syndicats)
<b>Principaux acteurs AOC impliqués</b>	Fromageries, producteur fermier	Producteurs fermiers	Producteurs fermiers, entreprises de transformation	Industriels, professionnels du tourisme, élus locaux	Syndicats, coopératives laitières, producteurs fermiers, AFTALP
<b>Appropriation des produits AOC par la pop. locale</b>	Moyenne	Faible	Faible	Forte	Moyenne

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

Le schéma reprenant les principaux indicateurs met en évidence la bonne structuration des démarches savoyarde et roquefortaise. Malgré son caractère extrêmement modeste, les éléments qui composent le système roquefortais fournissent une offre large et variée. Les Savoies sont dans une perspective similaire, en dépit d'acteurs plus nombreux et hétérogènes. Le Pays d'Auge est en retrait, mais parvient à proposer une palette de produits et services

diversifiée. Cette réussite tient néanmoins davantage aux acteurs politiques et aux professionnels du tourisme et de l'activité cidricole qu'aux acteurs des filières fromagères.

**Graphique 9 : les AOC et la construction de paniers de biens**



#### Liste des indicateurs

Structuration de l'offre	IND 1
Degré de spécification	IND 2
Cohérence des démarches	IND 3
Place des AOC dans la spécification	IND 4
Place des AOC dans l'offre	IND 5
Cohérence des démarches AOC	IND 6
Appropriation population locale	IND 7
Capacité de redéploiement des ressources	IND 8
Fréquentation touristique induite	IND 9

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

Le dernier enseignement qui transparaît réside dans la forte proximité des résultats issus d'une part de la grille de lecture des dynamiques productives, et d'autre part de l'approche en termes de synergies. Pour les quatre pôles considérés, le succès en termes productifs est également synonyme de (relatif) succès dans les coordinations à l'échelle régionale. Qu'il s'agisse de ressources productives ou de ressources patrimonialisées, la hiérarchie des pôles AOC demeure la même. Très différents dans leur construction, ces angles d'attaque aboutissent aux mêmes résultats. On peut donc conclure que l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement relève d'une logique globale. Cette constatation doit être prise en compte par les professionnels AOC comme par les décideurs politiques.

## 6. Synthèse des résultats : les trajectoires de développement à l'échelle régionale

La confrontation entre approches monographiques et démarche comparative permet de mettre en perspective les principales caractéristiques de chaque pôle à travers les enjeux de développement qui y sont liés :

- du point de vue des synergies entre acteurs, **les AOC bas-normandes s'inscrivent dans des démarches relativement éclatées**, certes élaborées sur la base de territoires à forte notoriété (Normandie, pays d'Auge) mais qui ne parviennent pas à trouver une cohérence d'ensemble. L'éclatement constaté au niveau des filières se retrouve au sein même d'une appellation, **à travers une prégnance des stratégies individuelles des transformateurs**. Les coordinations à l'échelle locale sont de ce fait extrêmement nombreuses, et parfois bien structurées, comme nous le verrons dans la partie suivante. **Dans le pays d'Auge, cette lacune collective s'explique également par un environnement social et culturel peu propice aux coopérations**, ainsi que par une domination sensible de l'action des élus. Dans ce contexte, aucune offre normande de fromages AOC n'émerge réellement.
- la **Région Centre** revêt un certain nombre de caractéristiques communes avec la Basse-Normandie, à savoir notamment une dispersion des démarches de promotion des AOC sur tout le territoire. Les AOC caprines souffrent malgré tout de deux handicaps supplémentaires : **l'absence d'un espace régional porteur et une importance économique marginale, au niveau même de l'activité agricole**. C'est ce contexte qui pousse les AOC à **s'appuyer sur des territoires plus restreints, mais porteurs de sens** plus ou moins positif selon les cas (Berry, Touraine, Vallée du Cher), ce qui accroît encore davantage l'absence de concertation entre les professionnels des différentes filières AOC, même si des volontés de mutualisation existent.
- Au sein du **pôle Sud-Aveyron**, l'ampleur de l'activité ovine contribue à renverser le rapport de force : **ce sont les acteurs politiques et touristiques qui tentent de s'appuyer sur la notoriété internationale du fromage pour assurer la promotion d'un territoire** aux contours incertains. Ainsi, au-delà d'un bassin de production fortement structuré, **l'AOC a contribué à l'émergence d'une offre touristique localisée, majoritairement gérée par les industriels**. Si la coordination ne semble pas poser problème, la logique avant tout sectorielle de la filière ne permet pas de donner une ampleur importante à ces démarches, qui restent pour l'instant ponctuelles et relativement marginales, dans un contexte démographique toujours problématique. Des aménagements tels que l'A75 et le Viaduc de Millau constituent dans ce contexte **des opportunités dont la mobilisation sera cruciale pour l'avenir de ce territoire**.

- Enfin, **les appellations savoyardes** se caractérisent – à l'inverse du Centre et de la Basse-Normandie – par **une forte propension à la mutualisation de moyens**, ceci en dépit de filières très différentes par leur tonnage et leur rayonnement commercial. Cette cohérence se manifeste notamment à travers **la mobilisation quasi-systématique d'une échelle territoriale dotée d'une très forte notoriété (les Savoies)**, au demeurant marquée par une considérable activité touristique liée à l'industrie du ski, sans équivalent sur les autres terrains. **Les démarches visant à capter cette fréquentation sont nombreuses, et parviennent à trouver une certaine adéquation entre elles** (Itinéraire des Fromages de Savoies). Toutefois, le contexte commercial particulier (longue période de hausse des ventes et des prix) fait que **ce potentiel est encore largement inexploité**. Moins favorable, la conjoncture actuelle amène les acteurs à s'interroger de manière plus approfondie sur ces ressources locales.

Identique à la démarche du précédent chapitre, la démarche suivie ici permet de proposer toute une batterie d'indicateurs aptes à rendre compte des synergies territoriales et de la place des AOC fromagères dans ces synergies. Là encore, **la mobilisation de ces indicateurs pour d'autres types de filières doit être possible**. Néanmoins, **cette grille d'analyse est également destinée aux acteurs publics**, qui peuvent y trouver un outil d'évaluation des forces et faiblesses de leur territoire. **Si les informations contextuelles (atouts du territoire, importance économique des AOC) sont une fois de plus importantes, elles ne sont pas déterminantes dans la mesure où l'émergence de coordinations est observée sur des terrains marqués par des handicaps relativement importants**. A l'inverse, un environnement touristique propice ne contribue pas nécessairement à des démarches territoriales. **La structuration des filières et la propension des acteurs à l'action collective entrent alors en ligne de compte**.

A partir des quatre pôles AOC, l'analyse des coordinations a permis de travailler de manière plus approfondie sur cinq territoires porteurs, au travers desquels on été élaborés les indicateurs permettant d'évaluer les différentes composantes du processus de développement territorial. Du point de vue de la capacité collective, il est important de distinguer les dynamiques inhérentes au territoire dans sa globalité de celles liées aux acteurs AOC. **Cette capacité va donc principalement dépendre de l'articulation entre ces deux types de dynamiques, ainsi que du rapport de force entre acteurs publics et acteurs privés**. Ce critère de la coordination constitue quoi qu'il en soit le premier élément permettant de déterminer le succès de telle ou telle démarche. Ces coordinations ont vocation à renforcer la construction et la spécification de ressources, notamment à travers la coopération entre tourisme et agriculture à travers la mise en scène des produits AOC. **On voit que la "hiérarchie" instaurée par l'analyse des coordinations apparaît très proche en ce qui concerne les ressources**. Les deux processus sont donc intimement liés, et jouent un rôle décisif dans le processus de développement. Le caractère structuré de ces ressources peut contribuer à l'émergence d'un panier de biens, dans lequel produits et services touristiques se renforcent mutuellement pour consolider le processus global. **Ainsi, de la spécificité des ressources mises en œuvre dépend directement la différenciation du territoire, et de ce fait le succès du développement, lorsqu'il s'agit de l'objectif affiché**. Les Savoies et le Sud-Aveyron se distinguent par des démarches relativement abouties, même si elles sont sans commune mesure avec l'ampleur de l'activité. L'offre est également importante en Basse-Normandie et dans le Centre, mais apparaît moins structurée.

**Aucune trajectoire n'apparaît toutefois rédhibitoire et, comme pour la dimension productive, comporte des facteurs de force et de faiblesse.** Le tableau ci-dessous synthétise ces informations, et met également en évidence **le lien qui existe entre la fréquentation touristique induite par les AOC et la capacité des professionnels des filières à s'inscrire dans une démarche territoriale**, et à redéployer les ressources productives (savoir-faire, races animales...) dans le secteur touristique.

**Tableau 31 : la trajectoire de développement**

	<b>Pays d'Auge</b>	<b>Berry</b>	<b>Touraine</b>	<b>Pays de Roquefort</b>	<b>Savoies</b>
<b>Contexte de développement</b>	Territoire en crise	Territoire en crise	Territoire riche	Faibles densités, faible attractivité	Territoire riche, pression foncière
<b>Atouts de la trajectoire</b>	Dimension paysagère, notoriété mondiale du Camembert, proximité parisienne, capacité financière des entreprises	Relative cohésion bi-départementale, proximité parisienne, image rurale	Adéquation départementale, image très positive du territoire, proximité parisienne	Notoriété mondiale du Roquefort, Relative solidarité entre les acteurs, développement des infrastructures	Forte fréquentation touristique, image positive, apports du tourisme vis-à-vis de l'agriculture, cohésion des filières AOC, spécificité des produits
<b>Faiblesses de la trajectoire</b>	Dilution de l'image des AOC dans les produits génériques, faible lisibilité des démarches, clivages administratifs, omniprésence des élus	Image ambiguë du territoire, faible lisibilité des fromages AOC, caractère autonome des syndicats	Positionnement touristique éloigné des valeurs véhiculées par les AOC, omniprésence des vins, faible lisibilité des AOC, relative marginalisation vis-à-vis du Centre et des autres AOC	Logique sectorielle dominante, image monothématique, construction territoriale récente et ambiguë, fragilité économique et démographique du territoire	Pression foncière, contraintes imposées par le tourisme, logique sectorielle, perception locale des fromages, effets de redondance dans la communication
<b>Capacité de redéploiement des ressources</b>	Moyenne	Faible	Faible	Forte	Forte
<b>Fréquentation touristique induite par les AOC</b>	Importante (Festival des AOC, visite de fromageries, domaine de Saint-Hippolyte)	Moyenne (le Berry à Paris)	Faible	Importante (visite des caves, Festival brebis Lacaune)	Importante (visite des fromageries)

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

Notons pour terminer la proximité des résultats issus des deux grilles d'analyse du développement (ressources productives et synergies entre activités). La hiérarchie identique mise en évidence tend à prouver que **l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement relève d'une démarche globale, et non pas de dimensions séparées.**

Désormais, pour compléter cette approche régionale, il convient de privilégier une perspective davantage locale (apparue au travers des entretiens), et de s'intéresser cette fois-ci aux filières AOC de manière individuelle. Nous verrons que les processus à l'œuvre sont souvent similaires, même s'ils revêtent des spécificités. Nous verrons également que les démarches de valorisation observées à l'échelle locale impliquent très rarement l'ensemble des acteurs d'une filière, mais le plus souvent un acteur ou un groupe d'acteurs (entreprise, producteurs fermiers, groupement...).

## **II. Les AOC et le développement territorial à l'échelle locale : la construction de paniers de biens fondés sur des acteurs particuliers**

Même si certaines AOC renvoient d'abord à une pratique ou un savoir-faire (Reblochon, Chevrotin, Pérail...), la dénomination liée à un produit AOC désigne le plus souvent une commune (Camembert, Roquefort, Beaufort). L'absence de référence à un lieu précis n'empêche pas l'idée d'appartenance, l'histoire du Reblochon est ainsi très fortement liée à la vallée de Thônes. L'échelle communale – ou cantonale – constitue donc également un territoire légitime pour l'appropriation du produit et la mise en œuvre de démarches de valorisation. L'observation des coordinations à une échelle fine permet la plupart du temps d'identifier un système de relations fondées sur quelques acteurs, et par-là même des initiatives qui, si elles entrent en interaction, contribuent à l'émergence d'une offre assimilable à un panier de biens, dans lequel les fromages AOC occupent une place variable : centrale, associée, périphérique ou marginale. Notre démarche permet de mettre en évidence le caractère ancré de ces coordinations à des territoires plus vastes, identifiés dans la partie précédente. Ainsi, en s'éclairant mutuellement, les analyses à différentes échelles s'inscrivent en complémentarité. Les formes de gouvernance qui définissent ces systèmes de relations contribuent à leur tour à produire des territoires. On retrouve ici le caractère récursif de l'ancrage. Le choix de travailler à l'échelle locale ne constituait pas un a priori, mais résulte d'une nécessité, ayant émergé des rencontres avec les interlocuteurs. La démarche suivie aboutit à nouveau à la construction d'une série d'indicateurs permettant de caractériser les dynamiques à l'œuvre dans ces systèmes, et d'appréhender la grande diversité des situations rencontrées. Le changement d'échelle nous amène à passer de cinq territoires à quinze :

- les trois systèmes bas-normands (Camembert / Vimoutiers, Pont-l'Evêque et Livarot),
- les cinq systèmes du Centre (Sancerre / Chavignol, Sainte-Maure de Touraine, Selles sur Cher, Poulligny Saint-Pierre, Valençay),
- le système roquefortais,
- quatre des cinq systèmes savoyards (Thônes, Beaufort, Abondance, Bauges), le Chevrotin n'ayant pas été retenu (démarche trop récente et trop proche du Reblochon fermier, avec un berceau historique quasiment équivalent),
- deux systèmes supplémentaires choisis en Savoie, et centrés non pas sur des communes, mais sur des activités économiques distinctes de l'AOC, en l'occurrence des stations de ski (La Plagne et Val Cenis).

Le nombre élevé de ces espaces rendrait bien entendu une approche monographique systématique trop fastidieuse. En revanche, une présentation synthétique par pôle AOC, fondée uniquement sur les indicateurs, nous permet d'aller au-delà de la diversité des situations locales, en débouchant sur la construction d'une typologie fondée sur le développement (gouvernance, ressources, panier de biens). Ainsi donc, il s'agira dans un premier temps de reprendre un certain nombre d'indicateurs élaborés dans la partie précédente et d'en introduire de nouveaux, afin de caractériser ces systèmes à l'échelle locale. C'est sur cette base que nous pourrions proposer une typologie. A titre d'illustration, l'explicitation de ces différents types sera accompagnée d'une courte analyse à caractère monographique.



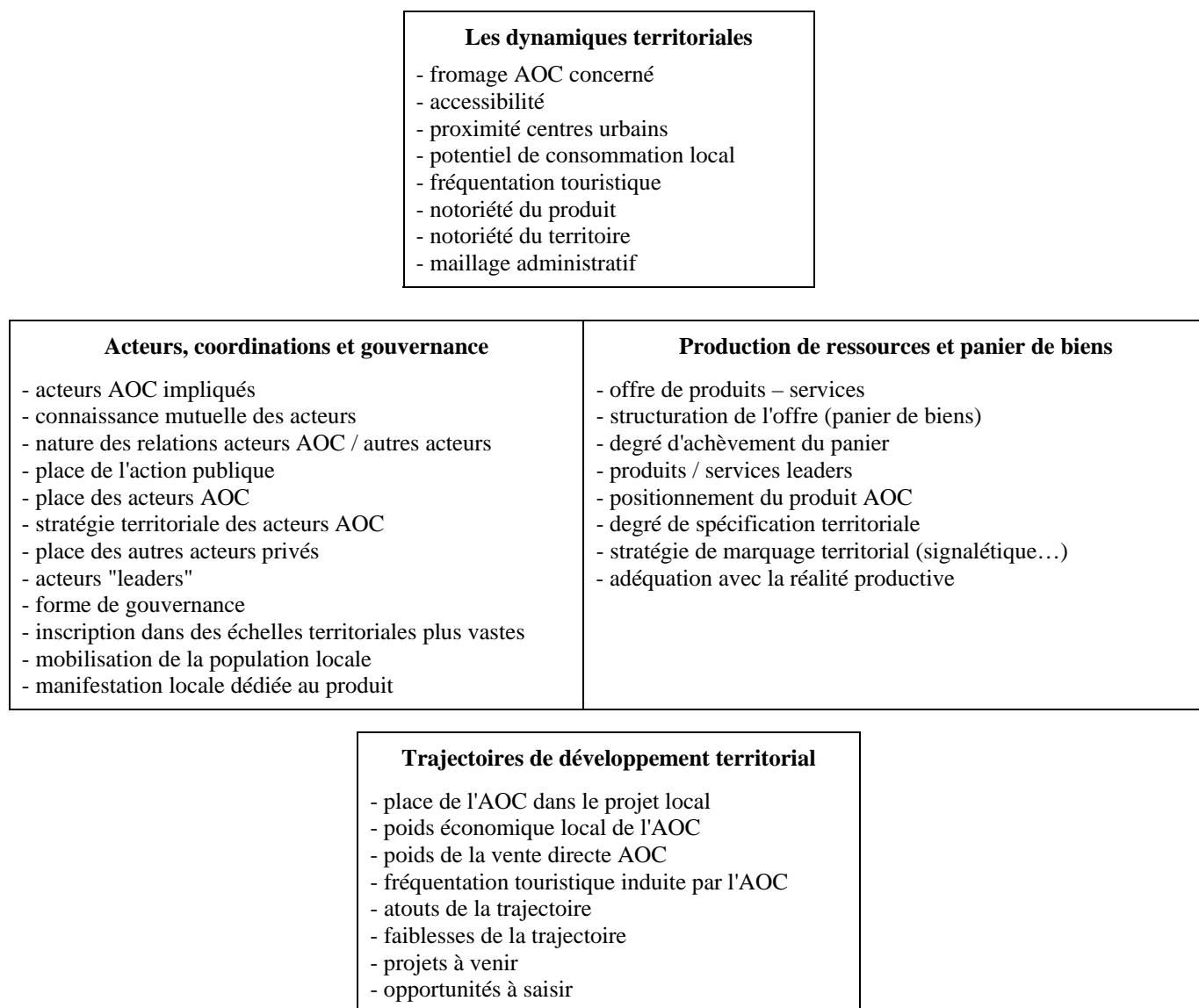
## **1. Les dynamiques locales de développement dans les quatre pôles AOC : proposition d'indicateurs**

Si certains de ces indicateurs sont les mêmes qu'à l'échelle des pôles AOC, d'autres en revanche sont spécifiques à l'échelle locale. Ainsi, la stratégie territoriale des acteurs AOC fait référence aux représentations que ceux-ci ont du territoire dans lequel ils se trouvent. Certains discours mettent en évidence une posture plutôt utilitariste, tandis que d'autres renvoient à une vision plus affective, où la préoccupation de développement est importante. Souvent liée à leur origine géographique, ces représentations sont quoi qu'il en soit décisives dans la stratégie de ces acteurs.

La prise en compte du rôle des autres acteurs privés dans la coordination locale (autres activités agricoles, tourisme) s'avère également nécessaire. Lorsque ce rôle est important, la prise en compte de ces acteurs est indispensable à la compréhension des processus. Cette idée est directement liée à la place des leaders, qui sont loin d'être toujours les acteurs des filières AOC, même dans des communes portant le nom d'un fromage. Enfin, il nous est apparu nécessaire de faire apparaître l'adéquation entre la localisation du territoire et la réalité productive du bassin. Les démarches de valorisation sont plus à même de réussir si elles sont localisées au sein même des espaces productifs. Observée dans certains cas, l'absence totale ou partielle d'unités de production ou de transformation (Sainte-Maure, Camembert) peut se révéler néfaste. Cette idée rejoint la réflexion de K. Emsellem, qui estime à propos de l'activité viticole niçoise que la promotion s'inscrit dans une "ruralité de façade", et reste artificielle (Emsellem, 2005).

Afin de rendre la lecture plus aisée, nous avons fait le choix de ne présenter ici que les indicateurs eux-mêmes (schéma ci-dessous), accompagnés d'un schéma synthétique pour chacune des régions. Les personnes intéressées par la caractérisation des systèmes locaux vis-à-vis de ces indicateurs sont invitées à consulter les annexes 2 à 6.

## Schéma 5 : les indicateurs de développement territorial à l'échelle locale



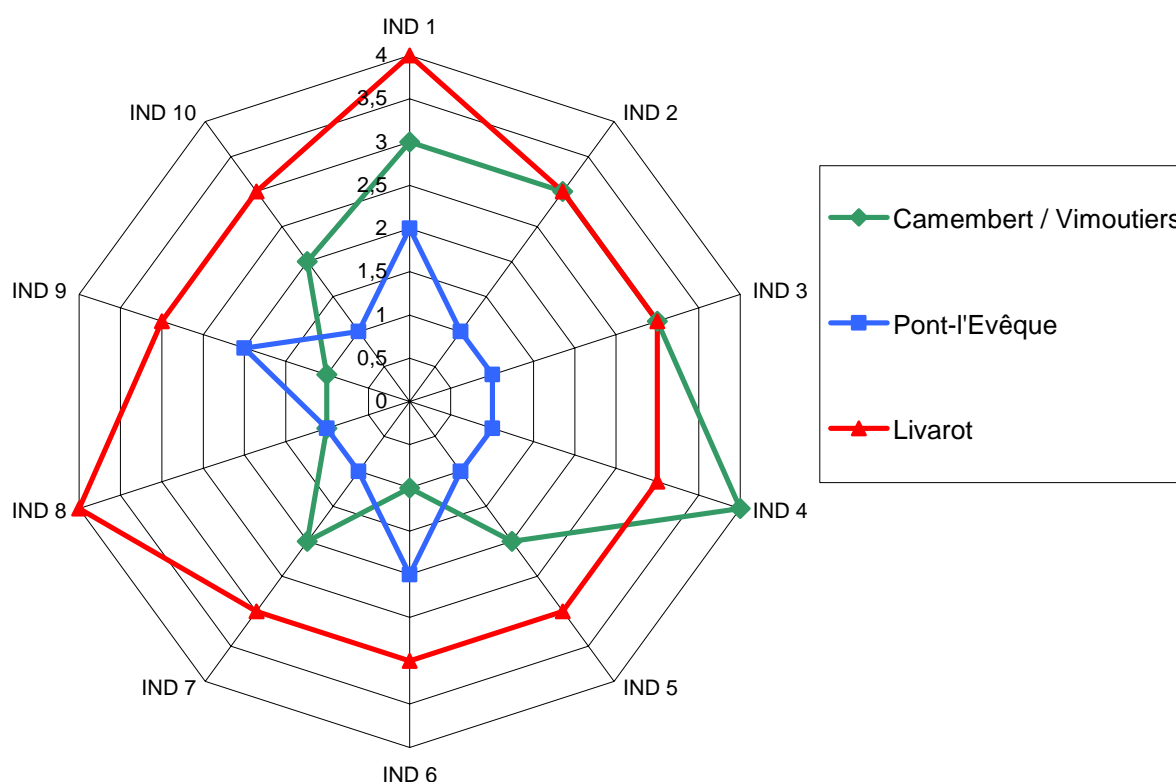
Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

### 1.1. Les systèmes locaux en Basse-Normandie

La grille de lecture appliquée à la Normandie met en évidence trois systèmes aux dynamiques extrêmement différentes. Si les contextes apparaissent proches, les trajectoires divergent fortement, tant au niveau des acteurs engagés que des ressources mobilisées. La partie précédente a d'ailleurs montré que malgré la proximité entre ces trois communes<sup>485</sup>, les relations étaient faibles. Une sélection des critères relatifs à l'émergence d'un panier de biens (indicateurs de 1 à 6), et à l'apport des AOC dans la dynamique (indicateurs 7 et suivants) est synthétisée dans le schéma ci-dessous. Les tableaux sont présentés en annexe 2.

<sup>485</sup> Environ trente minutes en voiture entre Pont-l'Evêque et Livarot, vingt minutes entre Livarot et Camembert.

**Graphique 10 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux bas-normands**



#### Liste des indicateurs

Connaissance mutuelle des acteurs	IND 1
Structuration de l'offre	IND 2
Degré d'achèvement du panier	IND 3
Degré de spécification	IND 4
Marquage territorial	IND 5
Adéquation avec la réalité productive	IND 6
Positionnement de l'AOC	IND 7
Poids économique local de l'AOC	IND 8
Poids de la vente directe AOC	IND 9
Fréquentation touristique induite par l'AOC	IND 10

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

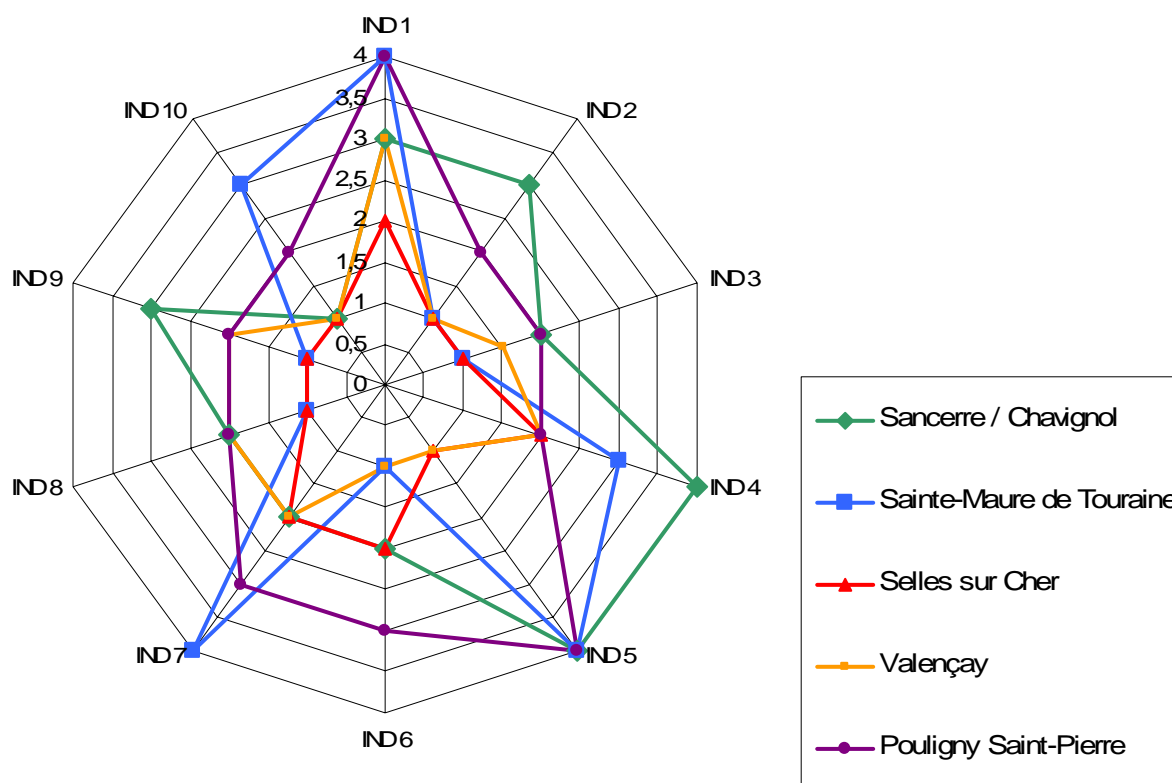
Les divergences entre les systèmes apparaissent ici clairement. Avec la surface la plus faible, le Pont-l'Évêque ne présente aucune coordination particulière autour de son fromage AOC. L'analyse a pu montrer que la localisation de la commune – à proximité de la Côte Fleurie – privilégiait en premier lieu le tourisme balnéaire et ne souhaitait pas s'appuyer sur l'image du produit pour sa propre promotion. En dépit d'éléments présents (confrérie, fête locale...), le système du Pont-l'Évêque apparaît comme "minimaliste". Aucune démarche spécifique n'émerge, excepté quelques projets de signalétique à proximité de l'autoroute A13. Nous verrons dans la partie suivante que même la présence d'un atelier de fabrication – mal situé – ne suffit pas à générer d'offre particulière. Le contraste est quoi qu'il en soit saisissant avec Livarot, où la très forte proximité entre les établissements Graindorge, présents sur la commune, et la municipalité, a permis l'émergence d'une dynamique positive et d'un système relativement abouti, où l'AOC occupe une place importante. La démarche touristique initiée par la fromagerie est ainsi fortement soutenue par les élus, qui en ont d'ailleurs profité pour installer un musée du fromage. Des synergies ont été mises en place avec l'activité cidricole,

également très présente dans la commune. Le schéma met enfin en évidence le caractère très particulier du contexte inhérent à Camembert. Si l'offre locale est importante, elle est d'abord sous-tendue par le groupe Lactalis, fortement implanté dans la commune à travers des sites touristiques. La partie gauche de la courbe apparaît en revanche beaucoup moins étendue. Nous verrons plus loin que les produits mis en valeur dans le cadre de ce panier de biens sont d'abord les camemberts non-AOC, à travers des marques commerciales telles que Président.

## 1.2. Les systèmes locaux dans le Centre

Les informations collectées dans le Centre font état de situations moins contrastées. Les faibles tonnages sont un obstacle à l'émergence d'une offre centrée sur l'AOC. Lorsque celle-ci existe, elle concerne en premier lieu un autre produit (vin) ou une autre activité (tourisme). Des différences liées aux initiatives des filières AOC existent cependant. Les dynamiques de coordination liées à la construction d'une offre locale connaissent des intensités variables. La place des AOC fluctue d'un terrain à l'autre. Les tableaux relatifs aux appellations caprines du Centre figurent en annexe 3. A l'examen du graphique, nous voyons que les surfaces occupées par les courbes des apparaissent moins importantes que sur les autres terrain, comme en témoignent le Selles sur Cher et le Valençay.

**Graphique 11 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux du Centre**



### Liste des indicateurs

Connaissance mutuelle des acteurs	IND 1	Adéquation avec la réalité productive	IND 6
Structuration de l'offre	IND 2	Positionnement de l'AOC	IND 7
Degré d'achèvement du panier	IND 3	Poids économique local de l'AOC	IND 8
Degré de spécification	IND 4	Poids de la vente directe AOC	IND 9
Marquage territorial	IND 5	Fréquentation touristique induite par l'AOC	IND 10

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

Le Crottin de Chavignol se distingue, même si le panier de biens identifié est d'abord l'œuvre de l'activité viticole et du rayonnement touristique du site médiéval de Sancerre. Ces deux aménités sont les principales raisons de la venue des touristes, qui en général découvrent sur place le fromage dont ils connaissent en général le nom. Nous verrons en outre que l'irrégularité de la courbe du Sainte-Maure de Touraine est liée à une forte mobilisation des élus locaux, face à laquelle les professionnels offrent peu de réponse. En dépit de sa taille modeste, le Pouligny Saint-Pierre est relativement bien placé, étant donné qu'il bénéficie de l'appui du PNR de la Brenne, qui a fait du produit AOC un des axes prioritaires de son action. Le parc a ainsi apposé son label sur les exploitations caprines accueillant des touristes et a mis en place une boutique où sont vendus l'ensemble des produits alimentaires issus du territoire (carpe, agneau, fromage...). Enfin, les opérations de promotion du Selles sur Cher sont portées par les différentes collectivités territoriales (mairie, Communauté de communes du Cher – Sologne, Pays de la Vallée du Cher). La fermeture de nombreuses entreprises fait de l'emploi une priorité, et amène les élus à s'impliquer financièrement dans l'installation de jeunes. Les démarches sont toutefois moins abouties qu'à Sainte-Maure de Touraine.

### 1.3. Le système local à Roquefort

Déjà évoqué par ailleurs, le contexte roquefortais ne sera pas détaillé davantage ici, excepté pour insister à nouveau sur le fait que la relative réussite des démarches touristiques ne doit pas occulter leur caractère modeste. Comme pour Camembert / Vimoutiers, la prégnance de Lactalis est très forte, la différence réside en revanche dans l'absence d'ambiguïté quant à la mise en avant de l'AOC (tableaux consultables en annexe 4).

**Graphique 12 : AOC et construction de panier de biens : le système local à Roquefort**



#### Liste des indicateurs

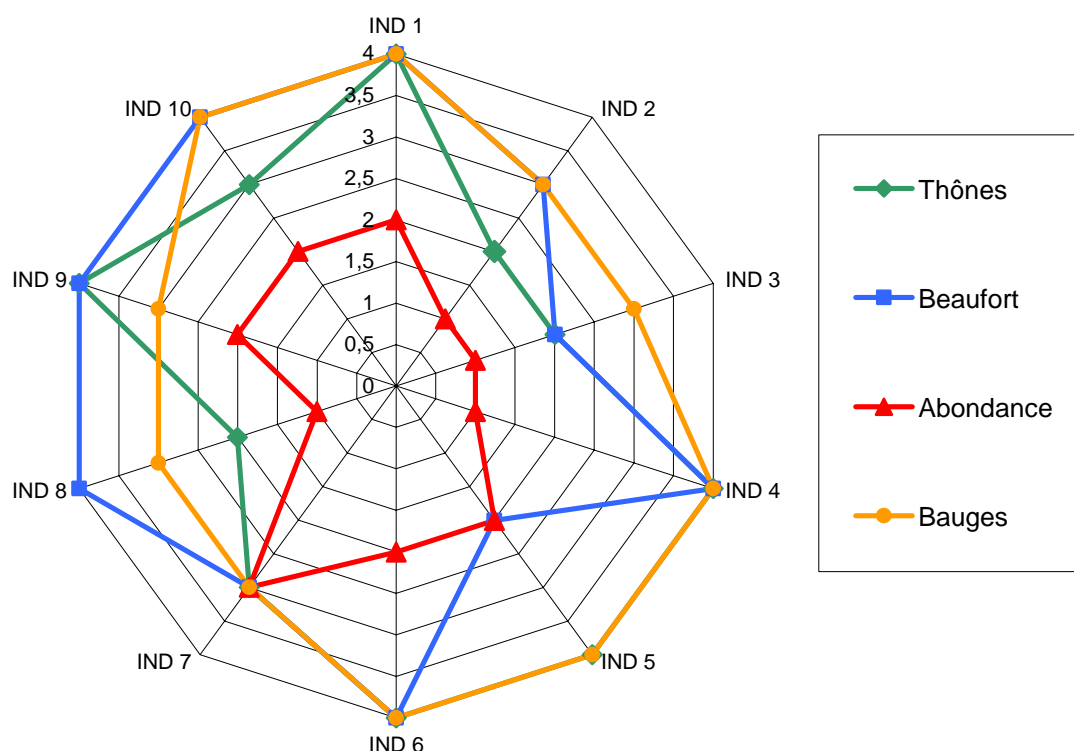
Connaissance mutuelle des acteurs	IND 1	Adéquation avec la réalité productive	IND 6
Structuration de l'offre	IND 2	Positionnement de l'AOC	IND 7
Degré d'achèvement du panier	IND 3	Poids économique local de l'AOC	IND 8
Degré de spécification	IND 4	Poids de la vente directe AOC	IND 9
Marquage territorial	IND 5	Fréquentation touristique induite par l'AOC	IND 10

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

## 1.4. Les systèmes locaux dans les Savoies

Les éléments de spécificité de la production laitière et fromagère savoyarde sont à l'origine de systèmes locaux relativement aboutis. La très forte fréquentation touristique est également un atout déterminant dans la relative réussite des démarches de valorisation locale des fromages en Savoie et en Haute-Savoie. En dépit de la présence des stations de ski, les relations entre sphère publique et sphère privée semblent toujours relativement équilibrées. L'annexe 5 reprend les tableaux d'indicateurs.

**Graphique 13 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux des Savoies**



### Liste des indicateurs

Connaissance mutuelle des acteurs	IND 1
Structuration de l'offre	IND 2
Degré d'achèvement du panier	IND 3
Degré de spécification	IND 4
Marquage territorial	IND 5
Adéquation avec la réalité productive	IND 6
Positionnement de l'AOC	IND 7
Poids économique local de l'AOC	IND 8
Poids de la vente directe AOC	IND 9
Fréquentation touristique induite par l'AOC	IND 10

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

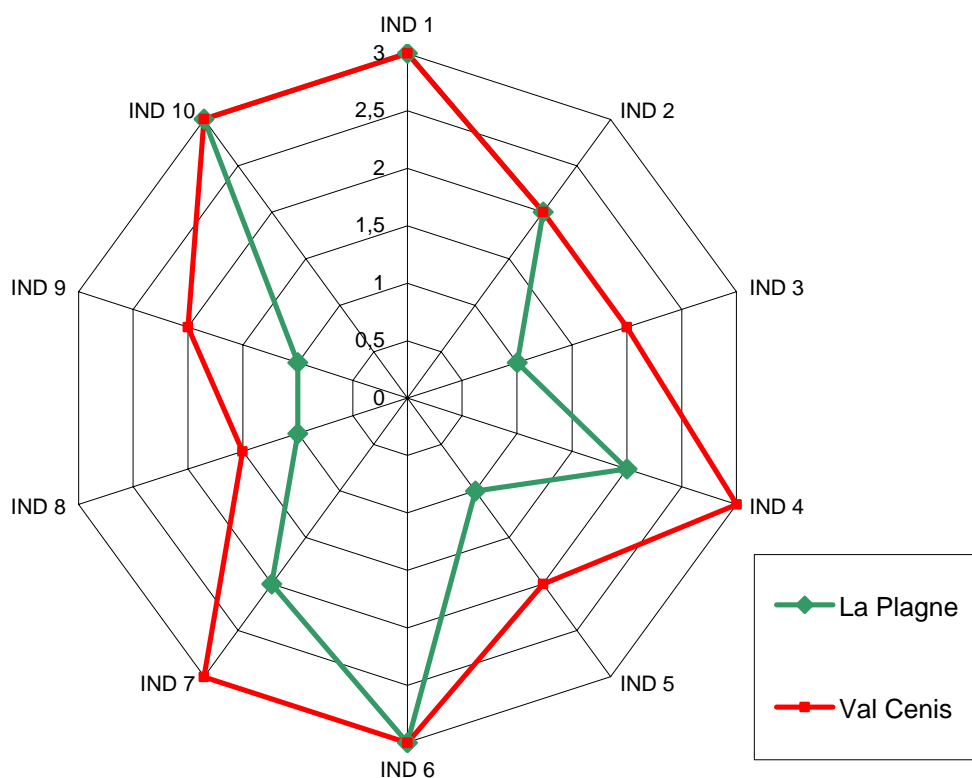
Le schéma récapitulatif met en évidence l'exception constituée par Abondance dans le contexte d'ensemble. Même si les démarches existent (notamment un centre d'interprétation : la "Maison du Val d'Abondance"), la cohérence apparaît faible et semble en déclin, malgré un profond attachement des agriculteurs à l'activité d'élevage. La relative fermeture du territoire conjuguée à un sentiment de dépossession de l'AOC par les bassins de l'avant-pays explique cette situation. La stratégie impulsée par le Syndicat Intercommunal du Val d'Abondance,

récemment labellisé "Pays d'Art et d'Histoire", pourrait dans les années à venir relancer une dynamique. Les systèmes liés à Beaufort et à Thônes (Reblochon) parviennent à l'inverse à s'affirmer comme des paniers de biens, malgré la présence d'une activité touristique importante (ski). Les leaders respectifs de ces deux systèmes (Coopérative Laitière du Beaufortain et Union des Producteurs de Reblochon Fermier) ont établi des relations anciennes et durables avec les élus et les professionnels des stations, même si des conflits de nature foncière demeurent. Détaillé plus loin, l'exemple des Bauges, soutenu comme pour le Pouligny Saint-Pierre par un parc naturel régional, illustre l'association entre un produit AOC phare et un ensemble d'autres produits et services dans un système relativement cohérent.

### 1.5. Les systèmes locaux dans les stations de ski savoyardes

La spécificité du contexte touristique savoyard nous a amené à réaliser des entretiens plus spécifiques dans des stations de ski, afin d'évaluer la place que pouvaient avoir les fromages AOC dans l'animation de ces stations. A travers les exemples de La Plagne et de Val Cenis (Savoie), les entretiens ont pu mettre en évidence des systèmes fondés sur l'activité des remontées mécaniques, mais dans lesquels les produits AOC – en l'occurrence ici le Beaufort – pouvaient trouver leur place. Le choix de ces deux stations s'explique par leur caractère diamétralement opposé : La Plagne (Tarentaise) est symbolique de l'industrie du ski, tandis que Val Cenis (Maurienne) est une station village restée familiale. Cette opposition doit nous permettre de vérifier l'hypothèse selon laquelle les coordinations seraient plus faciles à mettre en place avec des interlocuteurs issus de stations traditionnelles (voir annexe 6).

**Graphique 14 : AOC et construction de panier de biens : les systèmes locaux des stations savoyardes**



### Liste des indicateurs

Connaissance mutuelle des acteurs	IND 1
Structuration de l'offre	IND 2
Degré d'achèvement du panier	IND 3
Degré de spécification	IND 4
Marquage territorial	IND 5
Adéquation avec la réalité productive	IND 6
Positionnement de l'AOC	IND 7
Poids économique local de l'AOC	IND 8
Poids de la vente directe AOC	IND 9
Fréquentation touristique induite par l'AOC	IND 10

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

Le système lié à Val Cenis apparaît ainsi plus abouti, étant donné la plus forte adéquation des intérêts en présence. A La Plagne, les producteurs de lait ont su relancer un groupement pastoral, qui constitue aujourd'hui une force de proposition dans les négociations avec la station. Les liens de nature touristique ont donc d'abord pour but de permettre à la production laitière de continuer à exister, ce qui n'empêche pas les nombreux conflits. A Val Cenis, la coopérative constitue un pôle touristique important et complémentaire de la station. Les animations hors ski sont donc fortement orientées vers l'agriculture (visite d'alpages, dégustations, fêtes locales...). La diversité des systèmes locaux et des dynamiques à l'œuvre dans la construction des paniers de biens est donc extrême. La sélection d'un certain nombre d'indicateurs aboutit à la construction d'une typologie permettant d'ordonner cette diversité.

## 2. La construction d'une typologie fondée sur les coordinations et les ressources

Les indicateurs à l'origine de cette proposition de typologie renvoient tous aux différentes dimensions du processus de développement territorial tel que nous l'avons envisagé dans cette recherche :

- d'abord, la forme de gouvernance caractérisant les différents systèmes. Même si la prédominance d'une logique institutionnelle ou privée n'est pas déterminante dans la mise en place d'une offre territoriale cohérente, elle renvoie à des logiques différentes et conditionne la trajectoire du territoire considéré,
- ensuite, le degré d'activation des ressources dans une démarche d'ensemble, qui renvoie directement au caractère abouti ou non du panier de biens. Observé à partir de l'analyse de l'offre territoriale locale, cet indicateur fait référence à la cohérence du système, et donc à sa réussite en tant que panier,
- enfin, l'analyse ayant montré la nécessité de prendre en compte les dynamiques territoriales d'ensemble, il nous est apparu nécessaire d'intégrer la place occupée par les produits AOC dans l'offre territoriale. Ce dernier critère présente l'intérêt de différencier des systèmes a priori performants, mais où l'AOC n'est pas centrale et vient se greffer à des activités plus importantes.

L'articulation de ces trois indicateurs nous permet de mettre en évidence cinq types de systèmes à l'échelle locale relativement distincts, dans lesquels viennent se ranger les quinze trajectoires qui viennent d'être évoquées. La présentation de ces cinq types est accompagnée d'une illustration plus détaillée d'un des cas relevant du type considéré.



## 2.1. Le type 1 : la prégnance de l'action publique – l'exemple de Sainte-Maure de Touraine

Dans ce premier type, qui regroupe Selles sur Cher, Valençay et Sainte-Maure de Touraine, les coordinations sont principalement portées par la sphère publique. Les démarches de valorisation sont prises en charge par les collectivités territoriales (municipalités, établissements publics de coopération intercommunale, agents de développement). Les professionnels AOC prennent en charge la gestion de leur filière, mais ont un comportement relativement passif vis-à-vis des autres acteurs. Parfois, c'est le fonctionnement quotidien du syndicat AOC qui est imprégné de l'action des élus, qui participent aux réunions (Sainte-Maure de Touraine) ou qui financent des installations (Selles sur Cher). Dans ce premier groupe composé exclusivement d'AOC localisées dans le Centre, l'influence de l'action publique est en partie liée aux volumes relativement faibles, le développement commercial d'une filière induisant en général une autonomie accrue. La taille n'est pourtant pas le seul critère, car des appellations comme le Pouligny Saint-Pierre ou la Tome des Bauges, fondées sur une plus forte implication professionnelle, relèvent d'une autre classification.

**Tableau 32 : les caractéristiques communes du type 1**

	<b>Sainte-Maure de Touraine</b>	<b>Selles sur Cher</b>	<b>Valençay</b>
<b>Maillage administratif</b>	Communauté de Commune de Sainte-Maure de Touraine	Communauté de Communes du Cher – Sologne	Communauté de Communes du Pays de Valençay
<b>Place de l'action publique</b>	Très forte	Forte	Forte
<b>Place des acteurs AOC</b>	Faible	Moyenne	Faible
<b>Stratégie territoriale des acteurs AOC</b>	Valorisation du produit	Valorisation du produit	Valorisation du produit
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Moyenne	Moyenne	Forte (tourisme)
<b>Acteurs "leaders"</b>	Elus	Elus	Elus, professionnels du tourisme
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante publique	A dominante publique	A dominante publique
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Faible	Faible	Faible
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	Faible	Faible	Embryonnaire
<b>Adéquation avec la réalité productive</b>	Faible (producteurs fermiers)	Moyenne	Faible (producteurs de lait et fermiers)
<b>Projets à venir</b>	Route du fromage de Sainte-Maure de Touraine, Maison des produits de terroir, Fête de la chèvre	Signalétique, route des vins et des fromages (Selles sur Cher), aide à l'installation d'éleveurs caprins, Maison de Pays sur l'A85	Relance de l'activité touristique (pays d'accueil), volonté de mettre en synergie les différents éléments, relance d'un train touristique (Blanc- Argent)

**Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.**

Le tableau ci-dessus permet de mieux caractériser ce type 1. L'omniprésence des élus semble générer une offre relativement peu aboutie, qui s'explique par la faible implication des professionnels. Ce manque d'implication est aggravé par la faible adéquation avec les bassins de production. A noter enfin que les acteurs publics sont porteurs pour l'avenir de nombreux projets visant à s'appuyer sur l'image de la chèvre et du fromage dans la promotion de leur

territoire. Des variantes existent cependant. L'activité touristique apparaît importante à Valençay (présence d'un château), ce qui limite la place accordée à l'AOC. A l'inverse, l'absence de site important à Sainte-Maure de Touraine fait que le fromage est au centre de l'action des élus. C'est ce territoire qu'il nous a semblé intéressant de détailler davantage.

Depuis l'arrivée de la nouvelle équipe municipale en 2001, une nouvelle stratégie fondée sur l'attractivité territoriale (notamment vis-à-vis des entreprises) a été initiée, dans laquelle la chèvre et le fromage de Sainte-Maure de Touraine jouent un rôle central, comme en témoigne la signalétique mise en place à cet effet (figure ci-dessous), ainsi que la statue métallique en forme de chèvre mise en place sur un rond-point aménagé au cœur de la ville.

**Figure 4 : la mise en valeur du fromage de chèvre à Sainte-Maure de Touraine**



**Source : mairie de Sainte-Maure de Touraine, 2004.**

En opposition avec la municipalité précédente, qui jugeait le fromage désuet, cette nouvelle impulsion a contribué à une relance des différentes composantes de la communication locale : au premier rang desquelles figurent la Confrérie du Sainte-Maure de Touraine, et surtout la foire du même nom. Créée dans les années 1970, cette foire constitue aujourd'hui un événement important à l'échelle du département. Le développement de cette manifestation (20 000 personnes sur deux jours en 2004, avec une importante médiatisation) a amené la mairie à créer un comité de promotion spécifiquement dédié à son organisation. Des moyens supplémentaires ont ainsi pu être dégagés, pour tenter de répondre à certaines attentes du public : expositions sur la chèvre, colloques professionnels, manifestations littéraires, élargissement à d'autres produits tourangeaux (via le Pôle Elevage Qualité Touraine), ainsi qu'à d'autres fromages français, voire européens. Cette volonté d'élargissement et d'intégration des professionnels est importante : *"Il faut des gens qui soient professionnels, mais qui aient aussi le sens du projet de développement local. L'enjeu du développement est beaucoup plus large que le produit lui-même, ce sont toutes ses implications socioéconomiques, le tourisme. Il faut des gens qui comprennent bien"*<sup>486</sup>. La municipalité a d'ailleurs intégré en 2001 le "Réseau des Villes Européennes reliées par le Fromage", organisation née à l'initiative d'élus italiens désireux de soutenir à leur manière la démarche professionnelle du "Comité Plénier Fromages" dans la défense des produits au lait cru en Europe. Sainte-Maure de Touraine a ainsi accueilli l'année suivante le Congrès Annuel des Villes Européennes du fromage, qui a rassemblé près de 8 000 personnes. Parmi les autres projets à l'étude, on citera la mise en place d'une Maison de Pays à proximité de l'autoroute A10, destinée à mettre en valeur les produits locaux, et la création du "Route du Fromage de Sainte-Maure de Touraine", sans que son contenu soit pour l'instant défini. L'implication des élus va plus loin, puisque le Maire de Sainte-Maure, également Conseiller Général, assiste à toutes les réunions du syndicat (avec

<sup>486</sup> Un élu de Sainte-Maure de Touraine.

un droit de vote), et surtout, est personnellement engagé dans la procédure visant à rapatrier le terme "Sainte-Maure" dans la zone AOC. Le contexte de révision du cahier des charges intéresse d'ailleurs directement la municipalité en termes de crédibilité : *"On dit qu'on va mettre les chèvres dehors, c'est fabuleux, c'est le paysage, c'est aussi l'image"*.

Face à l'omniprésence des élus, les autres secteurs d'activité sont nettement en retrait. Les professionnels ont peu de temps à consacrer à ces manifestations, et n'en éprouvent pas forcément le besoin, la demande (locale comme nationale) étant aujourd'hui encore supérieure à l'offre. Plusieurs facteurs expliquent cette situation. D'une part, le secteur de l'animation touristique apparaît relativement dépourvu, tant en moyens qu'en dynamisme. D'autre part, la production caprine, déjà très peu présente sur le canton, laisse progressivement la place à l'activité céréalière. Notons d'ailleurs que même si le plateau de Sainte-Maure constitue le berceau historique du fromage, la démarche AOC a été portée par des producteurs situés hors de cette zone : *"La démarche AOC est donc venue de l'extérieur. Eux, ils étaient connus, ils considéraient que c'était à eux, ils faisaient le marché de Sainte-Maure. L'AOC, c'était plus des gens qui étaient excentrés, qui n'étaient pas reconnus en tant qu'éleveurs parce qu'ils avaient des chèvres. Donc, ils avaient besoin de montrer qu'on pouvait vivre de la chèvre"*<sup>487</sup>. Il est révélateur de constater que les producteurs "extérieurs" sont plus nombreux que les locaux lors de la foire du fromage. Les synergies avec l'activité viticole locale (Chinon) sont également difficiles. Des tentatives de promotion en commun avaient vu le jour (par confréries interposées), mais s'étaient soldées par un échec : *"Ça n'a pas marché parce que ce n'est pas à la même échelle. Et puis Sainte-Maure, c'est epsilon par rapport à Chinon"*<sup>488</sup>.

En dépit de cette relation déséquilibrée, le "climat social" tourangeau apparaît plus propice à la valorisation de la chèvre que dans le Berry, comme en témoigne cet acteur berrichon : *"C'est une mentalité d'éleveurs. Les gens sont peut-être plus sympas, ouverts. On n'a pas cette richesse historique et culturelle du Sainte-Maure. On aborde les choses autrement. On est dans le Berry ici. On a un produit sur lequel on n'axe pas une communication en termes de fête, d'échange social. Probablement qu'on ne vit pas la chèvre comme on la vit dans le Sainte-Maure. Ici, Ça a été très longtemps la vache du pauvre. Les gens qui avaient des chèvres, c'étaient plutôt des malheureux ici, des gens qui peinaient"*<sup>489</sup>. Ainsi, même si la production caprine occupe à Sainte-Maure une place négligeable en termes économiques, elle est déterminante dans la construction de l'image, et constitue selon les élus un facteur d'attractivité : *"Il n'y a pas longtemps, on a discuté avec un industriel qui finalement a choisi de venir chez nous. Il ne l'a pas fait pour ça, mais ça a joué. Cette animation qui se fait autour du fromage, on sent que c'est attractif. C'est une valeur ajoutée dans un système de prise de décision. La décision est d'abord économique mais après, on sait que l'affectif joue aussi"*<sup>490</sup>. En conclusion, le contexte local du canton de Sainte-Maure met en évidence les difficultés à faire émerger une offre territoriale globale lorsque l'implication des professionnels fait défaut. Les démarches initiées par la mairie restent exemplaires en matière de mobilisation de l'image du fromage et trouvent un public nombreux. Cependant, la transformation de cette dynamique en panier de biens est difficile, du fait de la relative absence d'éléments concrets liés à l'activité productive. Il convient maintenant de voir si la situation inverse (omniprésence des acteurs privés) permet de résoudre ce problème.

---

<sup>487</sup> Un producteur de lait de chèvre en Indre-et-Loire.

<sup>488</sup> Un responsable du Comité de Promotion de la Foire Nationale de Sainte-Maure.

<sup>489</sup> Un responsable agricole dans le Cher.

<sup>490</sup> Un élu de Sainte-Maure de Touraine.

## 2.2. Le type 2 : la prégnance de l'action privée – l'exemple de Camembert / Vimoutiers

Les systèmes gouvernés par la sphère privée (Roquefort et Camembert) correspondent à des produits à la renommée mondiale et à des filières d'envergure, où la présence de groupes est ancienne. Les démarches mises en place à l'échelle locale sont donc fondées sur une recherche opportuniste d'image et de légitimité. Les relations avec les acteurs publics sont avant tout des relations de négociation. Notons que nous avons affaire dans les deux systèmes au même groupe, en l'occurrence Lactalis.

**Tableau 33 : les caractéristiques communes du type 2**

	<b>Camembert / Vimoutiers</b>	<b>Roquefort</b>
<b>Notoriété du produit</b>	Internationale	Internationale
<b>Acteurs AOC impliqués</b>	Industriel, producteur fermier	Industriel, producteurs de lait
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Négociation / coopération / conflit	Négociation / coopération
<b>Place de l'action publique</b>	Moyenne	Moyenne
<b>Place des acteurs AOC</b>	Moyenne, associée aux Camemberts non-AOC	Très forte
<b>Stratégie territoriale des acteurs AOC</b>	Opportunisme, valorisation des marques commerciales	Opportunisme, valorisation du produit
<b>Acteurs "leaders"</b>	Groupe industriel	Industriel, professionnels du tourisme
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante privée	A dominante privée
<b>Offre de produits – services</b>	Produits AOC et non-AOC, Ferme Président, Maison du Camembert, exploitation fermière, restaurateurs, Ecomusée de la Pomme, Musée du Camembert	Produit AOC, visite des Caves, Pastoralia, Réseau de visite de fermes, restaurateurs, sites templiers
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Liens formalisés, produits touristiques élaborés	Liens formalisés, produits touristiques élaborés
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	Assez bonne structuration	Assez bonne structuration, modeste vis-à-vis de l'activité dans son ensemble
<b>Produits / services leaders</b>	Camemberts non-AOC	Fromage AOC
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Variable selon interlocuteur	Central
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Très fort	Très fort

Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.

Même modestes, les moyens déployés par les entreprises permettent d'aboutir à des systèmes relativement aboutis et à une offre réellement spécifique (tableau ci-dessus). Les différences entre les deux cas sont malgré tout marquées. Les stratégies mises en place par le groupe lavallois divergent. Si Roquefort s'appuie sur une réalité productive forte (caves), Camembert résulte d'abord de la volonté de s'appuyer sur la notoriété du nom pour implanter des sites touristiques dédiés à la promotion des marques du groupe, et non à l'AOC de manière spécifique. Evoquée plus haut, la "ruralité de façade" semble plus appropriée pour désigner Camembert, même si nous allons voir qu'il convient de nuancer cette idée.

Jusque dans les années 1980, il n'existait à Camembert (Orne) aucune démarche particulière visant promouvoir le fromage à l'échelle locale, à l'exception de quelques panneaux. Pour l'équipe municipale en place, cette dimension n'apparaissait pas pertinente. La prise de conscience de la notoriété du fromage se réalise au début des années 1990, avec

comme événement déclencheur le bicentenaire du Camembert. Cette prise de conscience coïncide là encore avec le changement quasi-total de l'équipe municipale lors des élections de 1989. La commune connaît une évolution similaire à des milliers de communes en France (arrivée de population extérieure et baisse du nombre d'agriculteurs). A cette époque, l'image du Camembert est utilisée par Vimoutiers, le chef-lieu de canton, d'ailleurs à l'initiative de l'organisation des festivités liées au bicentenaire. Une exposition permanente consacrée au fromage est mise en place, et accueillera très vite plus de 15 000 personnes chaque année. La "Confrérie du Camembert" est créée en 1995, et dans le but d'affirmer encore davantage sa légitimité, la commune installe une statue de Marie Harel (qui selon la légende aurait "inventé" le fromage de Camembert) sur la place principale du village, accompagnée d'un panneau : "Vimoutiers, capitale du Camembert". Enfin, la municipalité instaure une "Route du Camembert", qui prend la forme d'un circuit comprenant les sites importants de la fabrication de camembert du canton (dont la maison où serait née Marie Harel), ainsi qu'un certain nombre de sites (châteaux, villages...).

Déjà très forte, la rivalité entre les deux communes va être accentuée par le conflit inhérent à l'appropriation du fromage. Les élus de Camembert se rapprochent de Lactalis pour créer un syndicat d'initiatives, qui connaît un développement rapide (plus de 35 000 personnes recensées en 1995, pour une population d'à peine 200 habitants). Intégralement financé par les transformateurs, ce syndicat est rebaptisé "Maison du Camembert". Outre son exposition retraçant l'histoire du fromage, cette structure est pourvue d'un stand de vente proposant les produits du groupe, ainsi qu'un certain nombre d'autres produits locaux (cidre). Le caractère moderne de la structure (bâtiment en forme de boîte de camembert) contraste avec la démarche plus traditionnelle de Vimoutiers. Suite à des conflits avec les commerçants locaux, qui reprochaient au syndicat d'avoir une activité de vente, la mairie se désengage de la structure, qui n'a plus désormais qu'une fonction commerciale. En 2003, le groupe rachète la maison située face à la Maison du Camembert pour créer une deuxième structure : la "Ferme Président". Dédiée à l'histoire du fromage et des grandes familles qui ont contribué à son développement (Lanquetot, Lepetit, Bisson), la Ferme Président présente ensuite les différentes méthodes de fabrication du camembert (moulage manuel / robotisé, lait cru / pasteurisé...) : *"C'est vraiment une image. On veut montrer qu'on est là, qu'on est le premier fabricant d'AOC françaises. On est grand, mais on sait aussi faire en sorte de conserver les produits locaux artisanaux"*<sup>491</sup>. La complémentarité entre les deux structures (vente pour la Maison du Camembert, musée pour la Ferme Président) a permis de retrouver une fréquentation significative après les problèmes rencontrés dans les années 1990 (près de 15 000 personnes en 2004). Autour de ces deux sites, l'offre touristique s'est progressivement élargie à travers l'établissement de liens avec d'autres acteurs locaux :

- un restaurateur situé dans une commune voisine, engagé dans une démarche qualitative haut de gamme (menus à base de Camembert),
- un producteur fermier de camembert (le seul de la filière), installé sur la commune en 1981 et impliqué dans l'accueil touristique (ferme pédagogique).

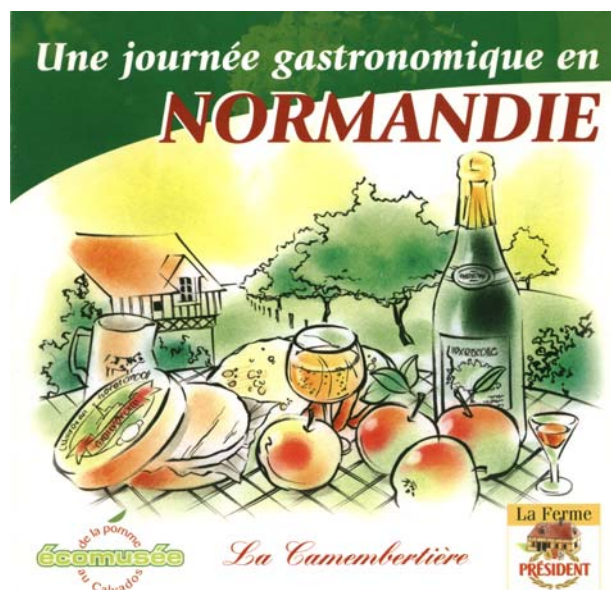
Au-delà de l'information auprès des touristes, le groupe a élaboré un produit touristique spécifique, équivalent à celui de Roquefort : la "Journée Gastronomique en Normandie" (figure ci-dessous), incluant la Ferme Président, la Maison du Camembert, le restaurant, l'exploitation fermière et l'Ecomusée de la Pomme et du Calvados. Désormais, le caractère moderne de Camembert (jugé parfois excessif par certains habitants) tranche avec le

---

<sup>491</sup> Un responsable du groupe Lactalis.

déclin observé des structures de Vimoutiers (confrérie vieillissante et sans moyens, absence de renouvellement du contenu du musée et baisse de la fréquentation).

**Figure 5 : la promotion des composantes de la "Journée Gastronomique en Normandie"**



Source : Office de Tourisme de Vimoutiers, 2004.

La rivalité qui prévalait jusqu'alors semble s'apaiser, pour laisser la place à une démarche intercommunale : la "Communauté de Communes du Pays du Camembert". L'idée est de mettre en cohérence les démarches de Camembert et de Vimoutiers, pour constituer un contrepoids face à l'hégémonie de Lactalis. La démarche diffère de Roquefort dans le choix de l'intitulé : *"On s'est dit quand même qu'il y avait Camembert, et que c'était plus connu que Vimoutiers. On aurait pu ainsi dire "du Pays DE Camembert". On l'a appelé carrément DU Camembert. On considère l'élément fort du Camembert, le produit"*<sup>492</sup>. Le premier projet de la C. de C. réside dans la relance de la "Route du Camembert", à partir des sites existants dans les deux communes, avec un élargissement à d'autres structures d'accueil. Une signalétique devrait être mise en place. Dominante jusqu'à aujourd'hui, la logique pourrait connaître un rééquilibrage. Ainsi, le panier de biens apparaît relativement abouti et semble appelé à se structurer encore davantage dans les années à venir. Toutefois, sa trajectoire particulière pose un certain nombre de questions vis-à-vis de l'idée même de développement.

D'une part, c'est la place même du concept d'appellation d'origine qui est interrogée. Le canton s'appuie avant tout sur le Camembert fabriqué en Normandie : *"La plupart des acteurs (publics comme privés) souhaitent défendre le Camembert dans son ensemble, et pas seulement l'AOC, d'où une certaine dilution. La marque Président correspond d'ailleurs à un Camembert pasteurisé ne bénéficiant pas de l'appellation"* (Frayssignes, 2005, p. 13). Par ailleurs, si la présence d'un producteur fermier, agréé AOC en 2001, est une caution incontestable de la réalité productive, ses pratiques productives, qu'il juge lui-même "intensives" (maïs ensilage, Holstein), ne sont pas en adéquation avec les valeurs véhiculées par l'AOC : *"Ce n'est pas forcément idéal par rapport à l'image qu'on voudrait donner à notre truc. Mais on a été obligé de produire le maximum de lait pour arriver à amortir. La race, c'est pareil, on avait commencé à normandiser, et puis on a ralenti un peu, parce qu'on*

<sup>492</sup> Un responsable de l'Office de Tourisme de Vimoutiers.

*n'arrivait pas à suivre au niveau production*"<sup>493</sup>. Ensuite, le climat conflictuel qui prévaut à Camembert est néfaste à la mobilisation de la population locale : *"On dit souvent qu'il y a deux clans à Camembert, celui des anciens et celui des nouveaux. Il y a des vieilles rancœurs. Il y a la moitié du village qui ne s'entend pas avec l'autre. Par exemple, on a l'impression que personne ne peut s'installer à Camembert. Il y a un protectionnisme, un refus de développement caractérisé"*<sup>494</sup>. Bien que moins prononcées qu'auparavant, les rivalités avec Vimoutiers existent toujours. La création de la communauté de communes résulte davantage de pressions régionales que d'une réelle volonté locale. Le système apparaît d'ailleurs relativement déconnecté des démarches en cours dans le Pays d'Auge, étant donné sa localisation dans le département de l'Orne. Les liens sont ainsi plus forts avec une structure professionnelle touristique particulière : Escap'Orne. Enfin, des problèmes liés à la pérennité économique des différentes structures (hormis celles gérées par Lactalis) peuvent apparaître :

- *"Il faut tout le temps être là. Pas de vacances, les dimanches. Pour la vie de famille ça pèse, de ne pas pouvoir couper, partir huit jours. C'est très difficile. Au niveau économique, c'est dur aussi. On n'a pas les contraintes de la baisse du prix du lait, mais on a quand même des charges énormes. C'est plus dur qu'avant, car on a eu beaucoup d'investissements".*
- *"Ça devient de plus en plus dur. Il faut du personnel. Les gens se découragent. Moi, qu'est-ce que je vais faire demain ? Ça ne durera qu'un temps. Des affaires comme ça, on en voit fermer tous les jours. Mais ils ne peuvent pas lutter s'ils ne sont pas aidés, c'est clair".*

A l'inverse des deux premiers types, d'autres systèmes s'inscrivent dans une forme de gouvernance mixte, où logiques privées et publiques entretiennent des relations équilibrées. Ce groupe semble plus hétérogène, ces relations prenant des configurations différentes.

### **2.3. Le type 3 : la forme de gouvernance équilibrée – l'exemple des Bauges**

Ces situations intermédiaires aboutissent en général à des offres touristiques élaborées. Les territoires inclus dans ce type 3 relèvent de différents pôles AOC : Basse-Normandie (Livarot), Centre (Poulligny Saint-Pierre) et Savoies (Thônes, Beaufort, Bauges). Les activités sont diversifiées, ce qui permet à l'AOC d'avoir une place significative dans le paysage économique, y compris vis-à-vis des éventuelles stations de ski. A noter que les synergies sont parfois facilitées par des acteurs au rayon d'action plus larges, on pense par exemple aux parcs naturels régionaux (Poulligny Saint-Pierre, Bauges). Le tableau montre également une population locale fortement mobilisée et une offre en général relativement riche et diversifiée. Le fromage AOC n'est en effet jamais le produit unique, il est toujours associé à d'autres composantes. Enfin, la réussite de ces systèmes s'exprime également dans les résultats quantitatifs en termes d'activité et de fréquentation. Pour illustrer ce troisième type, notre choix s'est porté sur le Massif des Bauges, notamment à cause de la présence du PNR du même nom. L'association entre parc et AOC présente selon nous un intérêt certain en termes de développement, l'une des missions assignées aux parcs étant la fédération des énergies.

<sup>493</sup> Un producteur fermier de Camembert de Normandie AOC.

<sup>494</sup> Un acteur économique à Camembert.

**Tableau 34 : les caractéristiques communes du type 3**

	<b>Livarot</b>	<b>Poulligny Saint-Pierre</b>	<b>Thônes</b>	<b>Beaufort</b>	<b>Bauges</b>
<b>Connaissance mutuelle des acteurs</b>	Très forte	Très forte	Très forte	Très forte	Très forte
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Partenariat	Partenariat	Partenariat / négociation / conflit	Partenariat / négociation	Partenariat
<b>Place de l'action publique</b>	Très forte	Forte	Forte	Forte	Moyenne
<b>Place des acteurs AOC</b>	Très forte	Moyenne	Moyenne	Très forte	Forte
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Forte (activité cidricole)	Moyenne	Très forte (stations)	Forte (stations)	Forte (stations)
<b>Acteurs "leaders"</b>	Elus, industriel	PNR, syndicat AOC	Professionnels du tourisme, UPRF, élus	Coopérative, professionnels du tourisme, élus	PNR, professionnels du tourisme, syndicat AOC
<b>Forme de gouvernance</b>	Mixte	Mixte	Mixte	Mixte	Mixte
<b>Mobilisation de la population locale</b>	Très forte	Moyenne	Moyenne	Très forte	Forte
<b>Offre de produits – services</b>	Produit AOC, visite de fromagerie, visite de cidrerie, opération de parrainage de vaches Normandes, haras, musée du Pays d'Auge	Produit AOC, Ferme des Ages, producteurs fermiers, étangs de la Brenne, poisson (carpe), agneau de la Brenne	Produit AOC, stations, producteurs fermiers, visite de cave d'affinage, randonnées, ferme "Milk et Bouse"	Produit AOC, visite de coopérative, stations, Route des Grandes Alpes, site remarquable du goût, réseau de visites d'exploitations, Maison du Beaufortain	Produit AOC, Coopérative du Val d'Aillon, visite de fromagerie, stations, fruits, plantes aromatiques, expl. agricoles, randonnées, autres fromages
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Liens formalisés, produits touristiques élaborés	Moyenne	Moyenne	Liens formalisés, produits touristiques élaborés	Liens formalisés, produits touristiques élaborés
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	Assez bonne structuration	En cours de structuration	En cours de structuration	En cours de structuration	Assez bonne structuration
<b>Produits / services leaders</b>	Fromage AOC, cidre AOC	Etangs de la Brenne	Ski, fromage AOC	Fromage AOC, ski	Fromage AOC, ski
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Central, associé au cidre	Associé	Associé	Central, associé au ski	Central, associé au ski
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Fort	Moyen	Très fort	Très fort	Très fort
<b>Adéquation avec la réalité productive</b>	Forte	Forte	Très forte	Très forte	Très forte
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Très fort	Moyen	Moyen	Très fort	Fort
<b>Fréquentation touristique induite par l'AOC</b>	Forte	Moyenne	Forte	Très forte	Très forte

**Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.**

Les démarches observées dans les Bauges trouvent une origine commune dans la forte identité des habitants de ce massif, déjà évoquée à propos des dynamiques savoyardes : *"Ce sont des caractères très forts. Ceux qui ont choisi de rester dans les Bauges, qui ne sont pas*



partis au moment de l'exode, ils ont choisi de défendre les Bauges coûte que coûte. C'est une explication historique assez simple. Avant, c'était une épopée de partir d'un massif pour aller dans un autre. Ils vivaient en autarcie, ça forge forcément des identités"<sup>495</sup>. Les Bauges ont longtemps constitué un territoire répulsif, touché par un très important phénomène de désertification : "L'exode rural a changé les choses. Il y a eu plus de 20 à 25 000 personnes sur le canton du Châtelard, et maintenant, on n'est pas 3 000"<sup>496</sup>. Ce n'est que lors des vingt dernières années que le massif s'est mis à gagner des habitants, et à suivre à son tour l'évolution démographique des Savoies.

**Carte 36 : le parc naturel régional du Massif des Bauges**



Source : parc naturel régional du Massif des Bauges, 2005.

Malgré cette dynamique positive, les réflexions quant au développement des Bauges prennent une nouvelle tournure au début des années 1990 avec l'émergence d'un projet de PNR, qui verra finalement le jour en 1995 (carte ci-dessus) : "C'était un projet des élus et des professionnels pour sortir de l'oubli. Plus personne ne croyait à l'avenir de ce pays. On était vraiment dans une dépression grave. Il fallait repartir dans un projet dynamique. Le parc était un outil qui allait bien à tout le monde, développement économique et préservation du patrimoine"<sup>497</sup>. Il est important de souligner le rôle moteur des agriculteurs dans la constitution de la charte. Majoritairement structurés dans un syndicat créé en 1986, ils travaillaient d'ores et déjà à la défense de leur produit – la Tome des Bauges – et avaient refusé de rallier le projet AOC "Tomme de Savoie" né dans les années 1980 et abandonné par la suite pour une IGP. Conscients des incertitudes liées à l'avenir de la production laitière dans le massif, les responsables du syndicat optent à leur tour pour une demande d'appellation, qu'ils souhaitent voir limitée aux Bauges, et non pas à la majeure partie de la Haute-Savoie, comme l'AOC Abondance. L'appellation Tome des Bauges sera finalement obtenue en 2002.

Ainsi, le parc et l'AOC ont constitué les deux projets fédérateurs du développement des Bauges. Intimement liés, les acteurs des deux structures travaillent le plus souvent en concertation. Cette proximité est une caractéristique essentielle du territoire : "Le parc et

<sup>495</sup> Une responsable du Syndicat Interprofessionnel de la Tome des Bauges.

<sup>496</sup> Un élu des Bauges.

<sup>497</sup> Un responsable du PNR du Massif des Bauges.

*l'AOC Tome des Bauges ont toujours progressé côte à côte, il n'y a pas de lien direct mais l'un sert à l'autre. Le dynamisme insufflé par le parc a aidé les agriculteurs. Aujourd'hui, quand le parc parle de l'image des Bauges, il parle de la Tome des Bauges, et quand la Tome des Bauges veut s'identifier, elle parle du parc des Bauges*". Les démarches touristiques émanant du secteur agricole sont aujourd'hui extrêmement nombreuses. Les trois coopératives impliquées dès le départ de l'AOC (La Compote, Lescheraines et Val d'Aillon) possèdent toutes un circuit de visite et un magasin, qui représente un tonnage équivalent à 30 % des ventes des trois structures. La Coopérative du Val d'Aillon se distingue par une démarche plus poussée. Conscients du caractère fragile de leur structure, les adhérents ont mis en place un espace muséographique dédié à la fabrication du fromage et à la vie en alpage, et unanimement qualifié d'exemplaire par la profession agricole régionale. La visite comporte une dimension pédagogique, avec de nombreux jeux interactifs destinés aux scolaires : *"Il a fallu énormément investir et faire de gros emprunts, on a eu des aides européennes. Le parc a été utile aussi"*<sup>498</sup>. La fromagerie a accueilli 12 000 visiteurs en 2004. Les ventes réalisées sur place représentent ainsi plus de 60 % de la fabrication de la coopérative et permettent de maintenir la structure. Sans équivalent dans les Savoies, le Val d'Aillon représente la vitrine de la filière AOC Tome des Bauges, enrichie par des visites d'exploitations.

**Figure 6 : la fromagerie du Val d'Aillon**



Source : fromagerie du Val d'Aillon, cliché réalisé par J. Frayssignes, commune d'Aillon le Jeune (Savoie), 2004.

La proximité des stations du Margeriaz et d'Aillon le Jeune est un atout incontestable dans la réussite de la démarche. Dotées d'un caractère familial et traditionnel, ces stations sont en adéquation avec les valeurs de l'AOC et s'inscrivent dans une perspective de complémentarité pour ce qui est des activités hors ski. L'offre territoriale du massif des Bauges apparaît donc relativement spécifique, ce qui la différencie assez nettement des régions voisines. Toutefois, si l'AOC Tome des Bauges constitue le produit phare du territoire, il est loin d'être le seul. Le PNR travaille d'ailleurs à une politique globale de promotion des produits locaux à travers une signalétique : plantes médicinales, miel, fruits rouges, mais aussi un gruyère spécifique au massif qui revendique sa différence vis-à-vis des autres gruyères savoyards, ainsi que de la démarche franco-suisse d'AOP Gruyère actuellement en cours. Dans une perspective de différenciation, la spécificité de l'offre est d'ailleurs une préoccupation importante : *"Il faut sans cesse repenser l'offre locale par*

<sup>498</sup> Une responsable de la Coopérative du Val d'Aillon.

*rapport aux Savoies. Est-ce que la vocation touristique du parc n'est pas une vocation particulière où le patrimoine est au cœur de l'offre touristique ? Il faut apporter d'autres réponses que le quad, la motoneige, qui répondent à une demande de sports ludiques. Les autres régions le font sans problème mais ont d'autres moyens. Nos stations ne sont pas connues, il faut qu'elles proposent autre chose*"<sup>499</sup>. Les réflexions ne sont pas uniquement portées sur l'extérieur, mais privilégient également la population locale. Organisée par le parc en 2004 pour fêter la parution du décret AOC, la Fête de la Tome des Bauges – distincte de la fête annuelle du fromage – avait pour but de montrer aux locaux une manifestation concrète des actions de valorisation menées par les responsables politiques et professionnels : *"Ils se sont aperçus que le parc travaillait pour eux et faisait des choses pour eux. En voyant l'équipe mobilisée, ils ont vu qu'on ne travaillait pas que pour les touristes"*.

La trajectoire de développement des Bauges semble donc être positive, ne serait que dans la perception qu'ont les résidents de leur espace de vie : *"C'est vrai qu'il y a vingt cinq ans, c'était plutôt une honte d'être bauju, et aujourd'hui, c'est plutôt une fierté, avec le parc et les atouts qu'on valorise"*<sup>500</sup>. En outre, il convient de souligner l'importante spécification de l'offre, dans la mesure où l'espace découverte de la Coopérative d'Aillon le Jeune est sans équivalent dans les Savoies, voire à une échelle plus large. Toutefois, les incertitudes liées notamment à la fragilité économique du territoire sont nombreuses.

En dépit du rapprochement entre Savoie et Haute-Savoie, les Bauges souffrent toujours de leur localisation, à cheval entre les deux départements. Les interlocuteurs apparaissent encore distincts : *"La Savoie s'est engagée dans des politiques territoriales autour des vallées et des bassins de vie, tandis que la Haute-Savoie est toujours dans une logique départementale. Nous, au milieu, on n'est pas considéré comme un vrai territoire"*<sup>501</sup>. Ce clivage est une contrainte dans les politiques mises en œuvre par le parc, contraint en permanence de s'adapter à ces modes d'intervention divergents. Au-delà de cet aspect institutionnel, la pression foncière à l'œuvre dans les Bauges est un important facteur de déstabilisation de la société locale : *"On est en train de devenir une sorte de "cité-dortoir" pour les gens qui travaillent dans les agglomérations autour. Les prévisions parlent de 20 000 habitants supplémentaires d'ici à 2020. Aux portes du massif, il y a 400 000 habitants. On voit des exclusions qui commencent à se développer, avec des jeunes du pays qui n'arrivent plus à se loger et qui partent du territoire. En termes de qualité de vie, ça devient tout et n'importe quoi dans les constructions. Les tensions entre les anciens et les nouveaux. Il y a une réelle modification de la société et des habitants"*<sup>502</sup>. En termes touristiques, on constate une baisse généralisée de la fréquentation depuis cinq à dix ans. Malgré leur importante spécificité, les Bauges pâtissent de la concurrence des autres massifs. Le manque de moyens est un facteur aggravant de cette situation. Enfin, la fragilité des exploitations agricoles et des unités de transformation pose question. Les adhérents de la Coopérative du Val d'Aillon ne sont aujourd'hui plus que six. L'existence même de l'atelier est donc fortement remise en cause. En lien direct avec ce problème, l'astreinte demeure une préoccupation récurrente : *"Vu la masse de travail qu'il y a sur les fermes, je ne sais pas si on va pouvoir continuer à vivre en étant autant décalés socialement. Depuis les trente-cinq heures, on a du mal à avaler ça"*<sup>503</sup>.

<sup>499</sup> Un responsable du PNR du Massif des Bauges.

<sup>500</sup> Une responsable de l'Office de Tourisme des Bauges.

<sup>501</sup> Un élu des Bauges.

<sup>502</sup> Un responsable du PNR du Massif des Bauges.

<sup>503</sup> Une productrice de lait dans les Bauges.

La pérennité du système bauju est donc loin d'être assurée, mais peut au moins se prévaloir d'une importante mobilisation de l'ensemble des composantes de son territoire vers un objectif commun, mobilisation dans laquelle l'AOC joue un rôle important. Les territoires analysés dans le type 4 montrent que cette caractéristique indispensable au processus de développement est loin d'être toujours présente.

#### **2.4. Le type 4 : la relative absence de coordination malgré un potentiel de ressources important – l'exemple de Pont-l'Evêque**

L'identification de ce quatrième type n'est pas directement fondée sur une forme de gouvernance particulière, mais plutôt sur l'intensité des relations entre les acteurs et la mise en synergie de ressources spécifiques dans le cadre d'un panier de biens. Les deux territoires qui composent ce type – Pont-l'Evêque et Abondance – se caractérisent tous les deux par la présence de produits et services liés à l'AOC ou à d'autres activités, mais qui ne font pas l'objet d'une articulation particulière, ceci pour des raisons diverses. Le cas d'Abondance fait référence à une faible dynamique des acteurs locaux, ancrée à un territoire très particulier où les réflexes protectionnistes et identitaires prévalent encore largement. Les aménités liées à l'élevage et au patrimoine culturel sont importantes, mais ne sont pas perçues comme telles par les acteurs. Dans l'exemple du Pont-l'Evêque, la très forte fréquentation touristique liée à la présence des stations balnéaires de la Côte Fleurie rend inutile toute nécessité de coordination. Le créneau haut de gamme occupé par ce territoire (Deauville, haras...) fait du fromage de Pont-l'Evêque un élément marginal de l'offre, que les chercheurs travaillant sur ces questions qualifient "d'offre composite située" (Mollard, 2001 ; Pecqueur, 2001).

**Tableau 35 : les caractéristiques communes du type 4**

	<b>Pont-l'Evêque</b>	<b>Abondance</b>
<b>Connaissance mutuelle des acteurs</b>	Moyenne	Moyenne
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Indifférence	Indifférence
<b>Place des acteurs AOC</b>	Faible	Moyenne
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Très forte (stations balnéaires)	Forte (stations)
<b>Acteurs "leaders"</b>	Professionnels du tourisme	Elus, professionnels du tourisme
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Aucune	Faible
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	Néant	Faible
<b>Produits / services leaders</b>	Côte Fleurie	Ski
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Marginal	Associé
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Faible	Faible
<b>Place de l'AOC dans le projet local</b>	Périphérique	Périphérique
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Faible (quelques emplois)	Faible (quelques emplois)
<b>Fréquentation touristique induite par l'AOC</b>	Très faible (pas de visite)	Moyenne (12 000 personnes)

**Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.**

Les paniers de biens correspondant à ces systèmes apparaissent embryonnaires, voire inexistants. Les produits AOC occupent une place périphérique et ont du mal à exister face

aux activités dominantes. Leur impact économique en termes d'emplois comme de fréquentation est donc extrêmement limité. L'exemple de Pont-l'Evêque est révélateur de cette absence de coordination.

Alors qu'il n'existait dans la commune de Pont-l'Evêque aucun site spécifique dédié au fromage, des élus locaux sollicitent des producteurs en 1991, avec la volonté de mettre en place une fabrication de Pont-l'Evêque, la production fermière, très importante auparavant, ayant complètement disparu. Une quinzaine d'éleveurs laitiers manifestent leur intérêt : *"Un Pont-l'Evêque à Pont-l'Evêque, ça existait dans le temps, c'était fermier. On disait que ce n'était pas normal qu'il n'y ait pas de fromage sur place. Et puis les crémeries de Paris voulaient du Pont-l'Evêque"*<sup>504</sup>. L'idée était de profiter des atouts de localisation de la commune et de la bonne notoriété du fromage : *"Au départ, leur objectif, c'était de faire du Pont-l'Evêque à Pont-l'Evêque, et valoriser leur lait en même temps. Il fallait valoriser le Pont-l'Evêque à travers la commune de Pont-l'Evêque. Ils pensaient que c'était une force de vente pour eux. Et en même temps ils voulaient faire du tourisme, recevoir les gens ici, vendre des produits"*<sup>505</sup>. Dans un souci qualitatif, un cahier des charges plus strict que les règles AOC en vigueur est élaboré (alimentation à l'herbe, pas d'ensilage, race Normande). Face à ces contraintes trop élevées, beaucoup d'éleveurs renoncent. Baptisée "Atelier Fromager de Pont-l'Evêque", la fromagerie est créée en 1992 avec seulement quatre producteurs. Les premiers clients concernent la GMS locale et les particuliers, via les marchés de la région. Le produit phare vendu est alors appelé "fromage de Pont-l'Evêque". L'obtention de l'agrément AOC en 1995 autorise la fromagerie à commercialiser son produit sous le nom de Pont-l'Evêque.

En dépit de l'embauche d'un fromager, les problèmes technologiques sont récurrents. De plus, l'astreinte imposée par le travail d'élevage empêche les producteurs de gérer correctement l'entreprise : *"Deux années très dures, réunions sur réunions, le soir, le midi, des problèmes de salariés. Chacun y allait. Moi j'allais aux réunions, je suis allé fabriquer, faire du secrétariat. J'ai tout fait"*<sup>506</sup>. Le temps passé à la fromagerie se révèle finalement être du temps perdu pour l'exploitation, ce qui occasionne également des difficultés quant à la qualité du lait : *"Plus ça allait, moins les producteurs voulaient donner leur lait, ils ne voulaient plus miser là-dessus"*<sup>507</sup>. En 1996, à peine un tiers des fromages fabriqués dans l'atelier étaient conformes à la réglementation en vigueur (lait cru). Les lacunes en termes de compétences étaient également commerciales, les producteurs n'avaient aucune connaissance des rouages de la vente, et éprouvaient beaucoup de difficulté à assurer un suivi de leurs produits à Rungis : *"Il aurait fallu des gens qui puissent nous représenter à Paris, négocier les prix. On n'était que des paysans, on n'aurait dû rester qu'à la ferme. Commercial, c'est un métier, il y a des gens qui y passent cinq ans d'étude. Fromager c'est pareil"*<sup>508</sup>. Enfin, rien n'était prévu pour accueillir les flux de touristes : *"Il y avait du monde, mais le problème était toujours le même, il fallait que ce soit nous qui fassions visiter, et on n'avait que des petites connaissances. Rien n'était structuré"*. L'accumulation des problèmes amène finalement les producteurs à déposer le bilan en 1996, la fromagerie est alors rachetée par les Etablissements Graindorge. Rebaptisée "Société Nouvelle de l'Atelier Fromager", la fromagerie est aujourd'hui une petite structure de quelques salariés qui collecte le lait de cinq producteurs. Le site ne se visite plus, mais le magasin de vente est toujours présent, et permet d'écouler 5 à 7 % des tonnages fabriqués annuellement.

---

<sup>504</sup> Un producteur de lait dans le Calvados.

<sup>505</sup> Un responsable de l'Atelier Fromager de Pont-l'Evêque.

<sup>506</sup> Un producteur de lait dans le Calvados.

<sup>507</sup> Un responsable de l'Atelier Fromager de Pont-l'Evêque.

<sup>508</sup> Un producteur de lait dans le Calvados.

Relativement modeste, la fromagerie n'en constitue pas moins le cœur de l'offre touristique locale dédiée au fromage AOC. Sa localisation dans une zone artisanale proche de l'autoroute, et excentrée par rapport au centre-ville, ne favorise pas sa mise en valeur touristique. Hormis ce site, le fromage est uniquement présent chez les commerçants locaux. Créé il y a vingt ans, le Concours du Pont-l'Evêque fait office de fête locale du fromage. A la même époque, la Confrérie du même nom fait son apparition à l'initiative de particuliers. Ces deux éléments ne bénéficient pas d'un grand soutien par la municipalité : *"On n'a pas été beaucoup aidé au début. Mais remarquez, on n'a jamais été beaucoup aidé. La ville de Pont-l'Evêque nous donnait une petite subvention, ça s'arrête là"*<sup>509</sup>. Ce relatif désintérêt des élus locaux est assurément un facteur déterminant de la situation actuelle. Les aménités perçues renvoient principalement aux atouts de localisation à proximité de la Côte Fleurie, mais très rarement au fromage. Aucune signalétique ne fait état de la spécificité de la commune : *"Vous ne voyez pas de grandes pancartes dans le village, le fromage n'est pas identifié. Vous passez dans certaines régions, comme les pays de vignobles, ce n'est pas pareil. Bon, on trouve du Pont-l'Evêque un peu partout, les charcutiers en vendent. Mais on n'a pas "Pont-l'Evêque, son fromage". On essaie un peu de le faire, comme avec la fête du fromage. Mais c'est vrai qu'on ne parle pas du fromage. Il y a des quantités de gens qui viennent à Pont-l'Evêque, et qui voudraient visiter une fromagerie. L'atelier, ça ne se visite pas"*<sup>510</sup>. L'offre liée au fromage AOC apparaît donc extrêmement modeste. Ni les professionnels, peu présents sur la commune, ni les élus, peu enclins à promouvoir l'image du Pont-l'Evêque, ne semblent à même de pouvoir élaborer des démarches communes. Les facteurs d'explication sont mis en évidence par l'ancrage de la commune. Du fait de sa localisation à proximité de la Côte Fleurie, Pont-l'Evêque est davantage concerné par une problématique touristique liée aux stations balnéaires, et de ce fait "tourne le dos" à la partie plus rurale du pays d'Auge.

D'une manière générale, la production laitière est moins présente dans le nord du Pays d'Auge. La pression foncière accrue amène les éleveurs à profiter d'opportunités de plus-value, offertes notamment par les propriétaires de haras. Le très important développement des résidences secondaires aggrave cette situation. Les chiffres fournis par "Pays d'Auge Expansion" sont éloquentes : plus de la moitié des résidences du nord du Pays d'Auge sont des résidences secondaires en 2004, contre seulement 12 % dans le sud. Le canton de Trouville compte ainsi moins de 30 % de résidences principales. Les préoccupations de la commune sont donc essentiellement tournées vers le développement du tourisme balnéaire. La thématique du fromage n'apparaît pas comme nécessaire à développer, ni en termes économiques (pas de besoin particulier), ni en termes identitaires (attachement des élus et de la population locale peu visible). Aucun projet concernant l'AOC n'est prévu, excepté la mise en place d'une signalétique au bord de l'autoroute, qui présentera les atouts de la commune (plan d'eau, église...) parmi lesquels le fromage constituera un élément parmi d'autres. Pour autant, le déclin inexorable des volumes de Pont-l'Evêque (3 700 tonnes en 1991, seulement 3 200 en 2003) rend nécessaire le développement de démarches locales permettant de valoriser l'image du fromage – même s'il ne s'agit que d'une réponse parmi d'autres – et de l'ancrer à un territoire précis. La fréquentation touristique extrêmement forte constitue à n'en point douter un important potentiel de vente locale : *"Le dimanche matin à Pont-l'Evêque, je dirais qu'il y a presque autant de Parisiens à faire leurs courses que d'autochtones. Il faut voir les rentrées sur Paris le dimanche soir depuis Deauville"*. Sans parler de structuration, l'image du fromage semble connaître les prémisses d'une évolution positive. Les responsables de la fromagerie réfléchissent ainsi à une démarche touristique plus poussée, en lien avec

<sup>509</sup> Un responsable de la Confrérie du Pont-l'Evêque.

<sup>510</sup> Un élu de Pont-l'Evêque.

l'office de tourisme. La Confrérie bénéficie quant à elle depuis 2003 d'un appui financier du Conseil Régional, ce qui pourrait donner une autre ampleur à son activité de promotion.

La présence d'une activité touristique forte explique donc le manque de coordinations autour de l'AOC Pont-l'Evêque. Toutefois, il existe des systèmes équivalents, où l'on observe malgré tout une dynamique et où le produit d'appellation parvient à trouver sa place. Ce sont ces territoires qu'il convient d'examiner maintenant.

## 2.5. Le type 5 : l'insertion de l'AOC dans un système de valorisation plus large – l'exemple des stations de Val Cenis et La Plagne

Dans ce dernier cas, les démarches de valorisation du produit AOC viennent en quelque sorte "se greffer" sur des dynamiques plus larges, qui sont sous-tendues par des activités économiques d'une ampleur plus importante que la production laitière et fromagère. Dans les cas étudiés ici, ces activités sont d'origine agricole, comme la viticulture à Sancerre, ou touristique, comme les stations de ski de La Plagne et de Val Cenis en Savoie. Cette configuration n'a pas empêché l'émergence d'un panier de biens. En tissant des liens plus ou moins aboutis avec les autres secteurs d'activité, les acteurs des filières AOC fromagères parviennent à profiter du dynamisme ambiant et de la très forte fréquentation touristique pour proposer des démarches spécifiques et enrichir l'offre touristique locale. Comme le montre le tableau ci-dessous, les formes de gouvernance sont relativement équilibrées, même si l'on constate une prégnance de la sphère privée. Les acteurs leaders ne sont jamais les professionnels des filières. Les fromages d'appellation apparaissent à la périphérie de l'offre, comme un élément complémentaire, et pèsent peu dans l'économie locale.

**Tableau 36 : les caractéristiques communes du type 5**

	<b>Sancerre / Chavignol</b>	<b>La Plagne</b>	<b>Val Cenis</b>
<b>Fréquentation touristique</b>	Forte	Très forte	Très forte
<b>Place des acteurs AOC</b>	Moyenne	Faible	Moyenne
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Très forte	Très forte	Très forte
<b>Acteurs "leaders"</b>	Viticulteurs, professionnels du tourisme	Professionnels du tourisme	Professionnels du tourisme
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante privée / mixte	A dominante privée	A dominante privée / mixte
<b>Produits / services leaders</b>	Vin de Sancerre AOC	Ski	Ski
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Périphérique	Périphérique	Associé
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Moyenne	Très faible	Faible

Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.

Développés ici, les exemples des stations de La Plagne et de Val Cenis montrent la place que peut occuper le produit AOC (Beaufort) dans l'animation locale et les stratégies élaborées par les acteurs des filières pour s'inscrire dans une perspective de complémentarité, aussi bien au niveau de l'activité touristique qu'économique dans son ensemble.



Située en Maurienne sur la commune de Lanslebourg, Val Cenis est une station village née en 1967. Dotée d'une capacité moyenne et d'un positionnement principalement familial, cette station présente la particularité d'être encore gérée par des locaux : *"On retrouve une ambiance dans la station, les gens du pays sont très impliqués dans la gestion. Les gens vivent à l'année, donc ils s'engagent"*<sup>511</sup>. Dans un souci d'élargissement de l'offre des animations hors ski, les responsables de la station ont sollicité les adhérents de la Coopérative de Haute-Maurienne Vanoise, située également à Lanslebourg, pour mettre en place en 1992 un dispositif de visite / dégustation / vente sur place, complété par des goûters en alpage et des visites d'exploitations. Formalisés dans les dépliants de l'Office de Tourisme de Val Cenis, ces services connaissent un certain succès avec près de 3 000 visiteurs chaque année, ce qui fait de la coopérative un pôle touristique important à l'échelle du canton. Le Beaufort est également présent à travers des fêtes locales, impliquant aussi bien les résidents que les touristes. En outre, le fromage est le produit phare du traditionnel "pot d'accueil" de la station. Ainsi, si le ski demeure l'activité principale de la station l'hiver, l'AOC constitue le principal élément complémentaire de l'offre, même si les responsables de la station privilégient au maximum la diversité dans les animations, notamment à travers des activités sportives. Val Cenis bénéficie en outre d'une activité agricole encore importante, fondée sur des alpages individuels. Même si l'activité laitière n'a pas l'ampleur de celle des vallées de Tarentaise ou du Beaufortain, ce soubassement demeure un atout incontestable. L'ensemble de ces coordinations sont facilitées par la présence d'un autre acteur majeur : le Parc National de la Vanoise. Outre les aides octroyées pour le financement du circuit de visite, le parc organise des rencontres à thèmes avec les touristes et projette des films sur l'histoire de la vallée, en mettant en scène les liens entre l'environnement naturel et l'activité laitière.

Les coordinations à l'œuvre à Val Cenis contribuent donc à l'émergence d'une offre relativement spécifique. L'image traditionnelle de la station est renforcée par l'activité laitière et fromagère, qui joue le rôle de caution d'authenticité. De nombreux projets sont en cours pour affiner encore davantage les produits proposés. Les acteurs réfléchissent notamment à la mise en place d'un "week-end Beaufort", qui consisterait en un partenariat entre les remontées mécaniques, les restaurateurs et la coopérative : *"L'idée, c'est de privilégier le fromage sous toutes ses formes : des menus spécifiques, des prix préférentiels, un panier de dégustation..."*<sup>512</sup>. Il est également question de proposer un événement spécifique au mois d'avril, intégrant à la fois la montagne (randonnées) et le fromage. L'apparente proximité entre tourisme et agriculture est favorisée par l'importante double activité des producteurs (remontées mécaniques, moniteurs de ski), indispensable à la survie d'un grand nombre d'exploitations : *"C'est clair, le tourisme, ça aide. Ça permet d'investir. Toute seule, l'exploitation ne fait pas vivre une famille. Le plus souvent, ils n'ont même pas le choix, c'est ça où ils disparaissent"*<sup>513</sup>. La mobilisation des éleveurs reste malgré tout toujours délicate, étant donné l'astreinte induite par l'activité d'élevage.

Cependant, les évolutions démographiques et le contexte productif savoyard sont à l'origine d'un certain nombre de problèmes susceptibles de bouleverser l'équilibre du système. La très forte pression foncière qui caractérise l'ensemble de la vallée tend à repousser toujours plus vers le haut les exploitations laitières. Certains agriculteurs nous confient d'ailleurs que les expropriations sont monnaie courante, ceci en dépit du caractère traditionnel et familial de la station. Les élus sont d'ailleurs fortement impliqués dans le développement de la station, qui devrait voir sa capacité accrue dans les années à venir : *"Jusqu'aux dernières élections, on*

<sup>511</sup> Un responsable de la station de Val Cenis.

<sup>512</sup> Un responsable de l'Office de Tourisme de Val Cenis.

<sup>513</sup> Un responsable de la Coopérative de Haute Maurienne Vanoise.



avait bien maîtrisé le développement urbain, mais le changement de majorité a changé la donne. On va vers une rupture j'ai l'impression. On a de plus en plus de mal à se faire entendre"<sup>514</sup>. La fragilité économique des exploitations comme des coopératives est également en cause. La Coopérative de Haute Maurienne est ainsi le résultat d'une série de fusions liées à des impératifs de rentabilité et de mise aux normes. Pour autant, sa taille extrêmement modeste (moins de quatre millions de litres pour quarante producteurs) pose la question de la pérennité même de l'activité laitière dans la vallée, et des emplois qui y sont liés : *"Tant que le prix du lait est là où il est, ça tiendra. Mais au niveau politique, avec la nouvelle PAC, on va vers un regroupement de structures. Il va y avoir un écrémage malheureusement, et le lait va baisser, alors c'est vrai, on ne sait pas trop où on va"*. Les producteurs sont malgré tout conscient de leur situation, et font souvent référence à l'environnement différent des stations "industrielles" de Tarentaise, tant au niveau des paysages que des négociations avec les acteurs du tourisme : *"La Plagne, c'est l'horreur, des immeubles à la montagne, tu te rends compte ? Et puis en général, en Tarentaise, c'est plus conflictuel, avec la concurrence forte du foncier avec les stations. C'est plus difficile de construire collectivement. A Courchevel par exemple, il n'y a plus de vaches, il n'y a plus rien à faire"*. C'est précisément l'exemple de La Plagne qu'il s'agit d'explicitier maintenant.

La station de La Plagne est l'archétype même de la station intégrée savoyarde, issue du Plan Neige. Composé de dix stations, le domaine skiable s'étend sur quatre communes. Amorcé dès les années 1960, le développement des infrastructures s'inscrivait dans une logique d'aménagement du territoire : la désertification de la région (départ des jeunes) rendait en effet nécessaire une mobilisation des élus locaux et une réflexion sur les atouts de la montagne. Aussi critiquable soit-elle, l'architecture caractéristique de La Plagne (immeubles et barres) est revendiquée par ses responsables : *"On peut la critiquer par rapport à des goûts, qui vont plutôt vers le néo-autrichien et les chalets de bois. Nous sommes dans un système d'industrie touristique. Il n'y avait rien au départ, pas même les routes"*<sup>515</sup>. La société de remontées mécaniques est aujourd'hui la première au monde par son chiffre d'affaires (60 millions d'euros) et compte 50 000 lits touristiques (300 000 pour la Tarentaise dans son ensemble). La liaison de La Plagne par téléphérique avec Les Arcs a donné naissance à "Paradiski", un des plus vastes domaines skiables au monde. A l'échelle locale, la Société d'Aménagement de La Plagne (SAP) représente plus de 720 emplois durant la période d'hiver. L'important développement des stations de ski a permis à de nombreux exploitants agricoles de retrouver du travail, suite aux fermetures des industries qui existaient à l'époque. De ce point de vue, le ski a donc sauvé une importante part des exploitations. En revanche, les aménagements touristiques se sont révélés néfastes d'un point de vue foncier : *"Nous, on ne pesait rien, et les stations s'en fichaient. La mairie donnait des permis de construire. Il restait de la place puisqu'il n'y avait plus de vache. Ça n'inquiétait personne. C'est pour ça que nos parents nous poussaient à aller dans les stations. Ça faisait saliver tout le monde. Une paye à la fin du mois, sans la pénibilité, parce qu'il n'y avait pas de mécanisation à l'époque"*<sup>516</sup>.

A La Plagne, les problèmes croissants de cohabitation amènent les quelques producteurs de lait restants à se mobiliser pour faire valoir leurs droits face à la station. Pour ce faire, ces producteurs décident de relancer l'alpage communal, sur le point de disparaître, en créant en 1983 un groupement pastoral : *"A l'époque, il restait 80 vaches laitières pour quarante sociétaires. C'était la tendance de l'époque. Le développement des stations a saigné l'agriculture. Nos parents ne voulaient pas qu'on s'installe. C'était le dernier des métiers. Rien*

<sup>514</sup> Un producteur de lait en Maurienne.

<sup>515</sup> Un responsable de la Société d'Aménagement de La Plagne.

<sup>516</sup> Un producteur de lait en Tarentaise.

*n'était en place. Chacun vivait avec ses petites vaches, c'était pénible*"<sup>517</sup>. Avec l'appui de la CDA de Savoie, des négociations débutent, en premier lieu pour obliger les responsables des stations à réensemencer les terres une fois la saison touristique terminée. Un compromis est finalement trouvé : l'épandage dans les alpages du lisier venu de la plaine. Ainsi, les relations entre sphère agricole et sphère touristique prennent la forme d'un "jeu à trois" entre les agriculteurs, les acteurs des stations et les élus locaux, même si les rapports de force sont déséquilibrés : *"On se voit régulièrement, on discute beaucoup des projets, par rapport au ski. On n'a pas besoin de l'alpage en même temps. On est conscient que d'un côté, il y a les agriculteurs, de l'autre, il y a 800 emplois. Autant discuter, on ne peut pas se braquer si on veut continuer à exister"*. Les producteurs ont cependant la chance de travailler sur un alpage collectif, ce qui permet une négociation plus aisée que dans le cas de propriétaires individuels. L'un des enjeux consiste pour les agriculteurs à faire reconnaître l'utilité de leur fonction dans l'entretien des alpages où passent les pistes de ski (figure ci-dessous) : *"Les alpages pâturés et entretenus, ça donne une image. Il faut expliquer ça, aux stations comme aux touristes. C'est une fonction qui a un coût. C'est un service qu'on leur rend"*<sup>518</sup>. Si la complémentarité est réelle, les relations sont loin d'être équilibrées. L'agriculture est davantage dans une posture d'adaptation aux contraintes du ski que l'inverse. Les responsables des stations de La Plagne nous confient ainsi que les surcoûts engendrés par l'absence de vaches seraient négligeables.

**Photo 3 : un exemple de complémentarité entre tourisme et agriculture en Haute-Savoie**



**Cliché réalisé par J. Frayssignes, commune de La Clusaz (Haute-Savoie), 2004,**  
(sur l'image, on peut distinguer juste à côté du pylône au second plan un tracteur fauchant la piste de ski).

Les relations entre agriculture et stations ne s'arrêtent pas à ces négociations. Les producteurs de lait, soutenus par les élus, sont ainsi parvenus à initier une démarche touristique autour de la relance d'une fête de l'alpage à la fin des années 1990. Durant cette fête, les agriculteurs accueillent les touristes pour une démonstration de fabrication et de traite des vaches. La vente directe en marge de la manifestation connaît un franc succès, l'opération a ainsi attiré en 2004 près de 3 000 visiteurs sur une seule journée. Par l'intermédiaire de cette fête, la production fromagère de Beaufort a intégré l'offre d'animation de la station. L'AOC apporte une valeur ajoutée à l'industrie touristique : *"Maintenant, la fête est lancée, elle est*

<sup>517</sup> Un responsable du Groupement Pastoral de Macot La Plagne.

<sup>518</sup> Un producteur de lait en Tarentaise.

*rentrée dans les fêtes de La Plagne. Ça intéresse la station. Ça donne une authenticité. Quand il n'y a pas le ski, il y a autre chose. C'est complémentaire*"<sup>519</sup>. La démarche s'est progressivement enrichie avec des animations à thème (récolte du foin, traite manuelle des vaches) et des visites d'alpages, en lien avec l'office de tourisme cantonal. Bien que très modeste, le développement de la dimension gastronomique sur la station répond à une demande réelle. Si la fondue savoyarde et la raclette sont des "classiques" incontournables, l'AOC Beaufort constitue un élément spécifique, permettant une certaine différenciation vis-à-vis d'autres stations géantes telles que Les Arcs ou Tignes, dénuées de toute coordination avec les agriculteurs : *"Les clients sont plus sensibles aux animations hors ski qu'auparavant. Une personne sur deux nous dit avoir marché pendant son séjour. On a une vraie demande pour les sentiers de randonnées"*<sup>520</sup>. Les stations ne sont plus seulement confrontées à une clientèle désireuse de consommer un produit – le ski – mais soucieuse de découvrir la montagne dans sa globalité. Les produits locaux semblent donc avoir une opportunité à saisir dans ce contexte changeant. Il convient quand même de noter que les activités estivales restent marginales à La Plagne, qui reste foncièrement positionnée sur le ski. Là encore, les agriculteurs semblent être dans une posture d'adaptation aux exigences du tourisme.

En définitive, si les relations qui lient les activités touristique et agricole sont principalement fondées sur la négociation, voire le conflit, les professionnels AOC sont malgré tout parvenus à s'inscrire dans l'offre touristique locale et à répondre ainsi à un certain nombre d'attentes formulées par la clientèle. Même si son apport est marginal, l'AOC vient enrichir le panier de biens structuré autour du ski, et constitue un argument supplémentaire dans la défense des intérêts des agriculteurs dans un contexte foncier délicat. La taille des stations semble donc être un facteur conditionnant les relations entre activité agricole et touristique dans la mesure où le contexte des négociations est plus aisé à Val Cenis qu'à La Plagne, ce qui permet l'émergence de coordinations plus poussées. Toutefois, au-delà du caractère familial de la station considérée, notre analyse met en évidence l'importance des acteurs en place et de leurs représentations. L'absence de volonté politique ou le désintérêt des responsables du tourisme pour l'activité agricole est un facteur limitant à l'apparition d'une dynamique plus globale, y compris dans des stations villages.

Le travail à l'échelle locale est donc lui aussi porteur de nombreux enseignements par rapport à la question posée au début de la recherche. D'une part, l'appréhension du développement territorial s'en trouve affinée, notamment à travers l'observation des processus de construction des paniers de biens. D'autre part, la typologie permet également de s'interroger sur les conditions de réussite des filières en termes de synergies entre activités.

## **2.6. Typologie et conditions de réussite des systèmes locaux : quels enseignements ?**

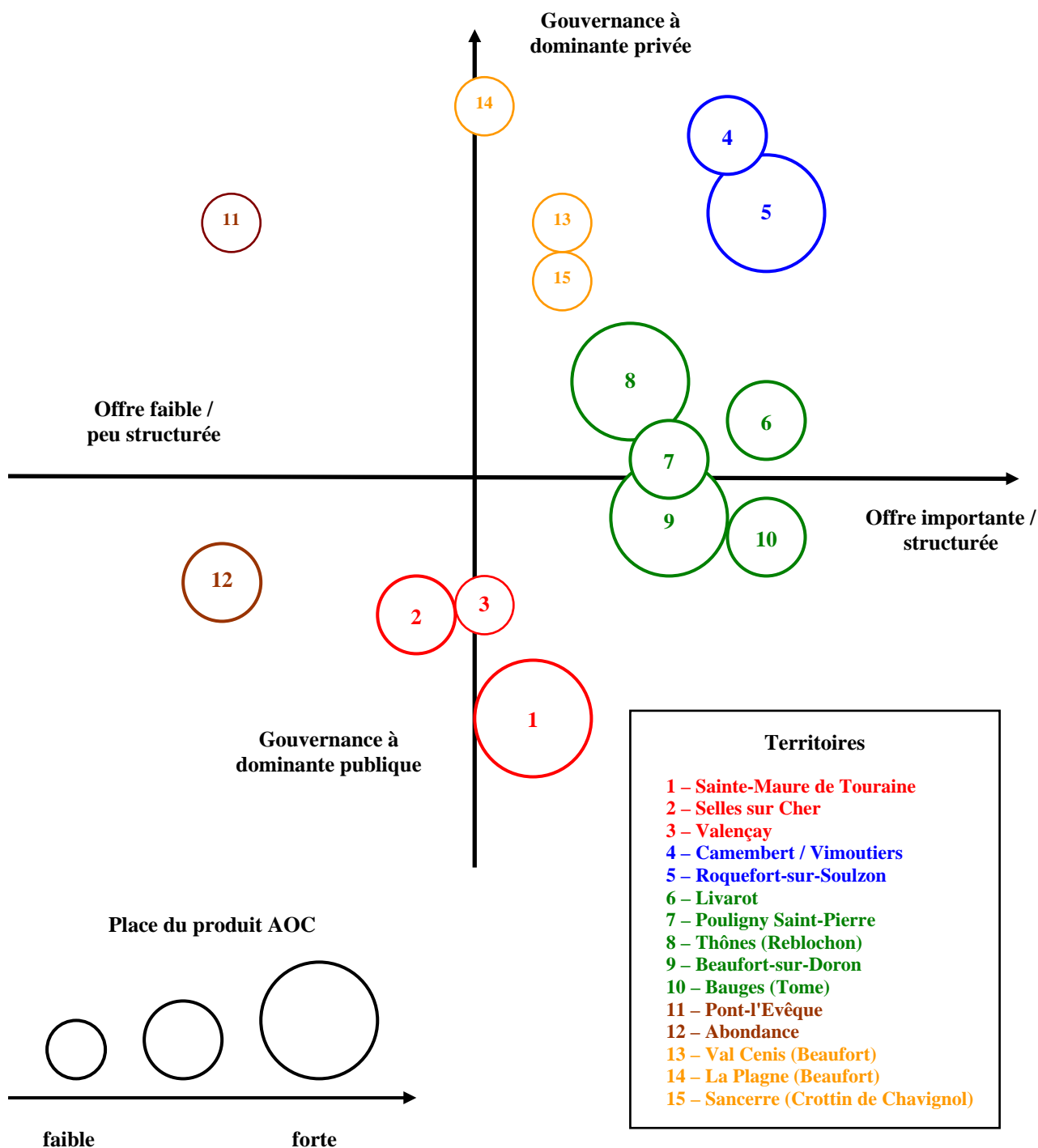
Le schéma ci-dessous permet de visualiser à l'aide de cercles chacun des quinze systèmes locaux inscrits dans la typologie. Réalisé à partir de deux axes, ce schéma fait apparaître en ordonnée la forme de gouvernance qui caractérise le système (public / privé) et en abscisse l'importance et la structuration de l'offre de produits et services. La taille des cercles correspond à la place du fromage AOC dans l'offre. Enfin, une couleur spécifique a été attribuée à chaque type. Comme pour les graphiques présentant les indicateurs, le positionnement des cercles ne présente pas d'intérêt en soi, mais permet juste une

<sup>519</sup> Un élu de Macot – La Plagne.

<sup>520</sup> Un responsable de la Société d'Aménagement de La Plagne.

comparaison des systèmes les uns par rapport aux autres. De même, la principale limite d'une telle représentation réside dans l'interprétation des résultats, toujours sujette à discussion.

**Schéma 6 : la typologie des systèmes locaux – proposition de synthèse**



Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

Considérée ici comme un facteur de réussite, la présence d'une offre structurée de produits et services diffère très fortement d'un territoire à l'autre. Le schéma démontre à cet égard qu'à l'échelle locale également, des formes de gouvernance variées peuvent donner

naissance à une offre relativement aboutie. La présence des professionnels AOC est toutefois indispensable, dans la mesure où des systèmes uniquement fondés sur une mobilisation publique, aussi forte soit-elle, ne peuvent contribuer qu'à une offre partielle (cas du Sainte-Maure de Touraine). A l'inverse, une domination de la sphère privée est susceptible de voir émerger un panier de biens complet (Roquefort, Camembert), même si l'absence d'une dynamique publique (élus, offices de tourisme...) peut se révéler problématique. Les meilleurs exemples de réussite sont finalement les systèmes caractérisés par une cohabitation équilibrée entre acteurs publics et acteurs privés. L'examen de l'importance de l'AOC dans l'offre locale montre que les grands cercles sont davantage situés dans la partie droite du schéma, correspondant aux systèmes plus aboutis. Cette observation tendrait à démontrer la capacité des appellations à favoriser la structuration d'une offre locale, même si d'autres facteurs entrent en ligne de compte. Des contre-exemples existent, puisque les sites de Sancerre et de Val Cenis sont en premier lieu organisés autour d'autres produits et/ou services. Dans ce cas, la relative réussite des systèmes locaux tient à la bonne intégration de l'AOC.

Pour terminer, il convient de bien insister sur le fait que ce schéma ne permet pas d'évaluer la réussite d'une filière AOC, mais d'un espace local de coordinations. On constate malgré tout une certaine corrélation, d'une part entre cette échelle locale et pôle AOC, et d'autre part entre synergies entre activités et spécifications de ressources productives. En outre, il est intéressant de constater que les produits apparemment les mieux valorisés concernent également les espaces locaux les mieux structurés.

### 3. Synthèse des résultats : les trajectoires de développement à l'échelle locale

#### 3.1. Les enseignements du travail à l'échelle locale : entre prégnance du contexte régional et capacité des acteurs

Les résultats présentés démontrent tout l'intérêt d'une approche fine du processus de développement. La nécessité de mobiliser cette seconde échelle s'explique par le fait que **beaucoup de coordinations observées concernent un acteur d'une filière AOC en particulier. L'action des syndicats d'appellation ou des fédérations doit donc être nécessairement complétée par une mobilisation au niveau individuel**, comme en atteste cet intervenant : *"La demande touristique existe, mais il faut qu'on y réfléchisse. Ça fait longtemps qu'on en parle. Au niveau du syndicat, ce n'est pas à l'ordre du jour, ils ont d'autres soucis. Ce sont des problèmes qui doivent se régler au niveau local"*<sup>521</sup>. En outre, c'est à l'échelle locale qu'apparaît le plus clairement l'importance des représentations des acteurs dans les démarches. **En effet, la trajectoire personnelle et professionnelle des personnes impliquées conditionne pour une part leur attachement au lieu.** Ce phénomène est particulièrement visible chez les fromagers, plus enclins à privilégier la région où ils travaillent s'ils en sont originaires.

Comme pour l'échelle régionale, **la prégnance du contexte territorial est une réalité, mais là encore, il nous faut souligner la marge de manœuvre des acteurs.** Dans un même terrain d'étude, nous observons des démarches locales quasiment à l'opposé les unes des autres (intensité des coordinations, ressources, caractère abouti du panier de biens). **Ainsi, des environnements "favorables" ne donnent pas forcément naissance à des coopérations bien structurées**, la situation contraire étant également avérée. **L'éventuelle réussite des démarches dépend également de la correspondance entre l'espace de valorisation touristique et le bassin de production.** Cette correspondance ne relève pas d'une nécessité absolue, mais se révèle malgré tout utile pour légitimer le processus d'appropriation territoriale par le produit. La mobilisation de l'image des AOC par les élus ou les acteurs du tourisme peut en effet difficilement se passer de cette réalité productive. La présentation synthétique des différents systèmes locaux confirme **enfin l'existence d'une relation proportionnellement inverse entre la taille de la filière et l'importance du rôle des élus.** En termes de développement, les exemples développés montrent en outre qu'une omniprésence de la sphère publique n'est pas souhaitable si les professionnels ne sont pas impliqués. Nous avons aussi vu que la situation inverse pouvait contribuer à l'émergence de paniers de biens relativement aboutis, mais avait aussi ses limites.

#### 3.2. La typologie comme grille de lecture des conditions de réussite des systèmes locaux

La typologie réalisée à l'aide des quinze systèmes locaux permet de rapprocher des situations à partir de caractéristiques jugées proches. Les cinq types constitutifs de notre "population" sont fondés sur trois critères essentiels, et renvoient de ce fait à trois questions clés :

---

<sup>521</sup> Un producteur de lait en Haute-Savoie.

- quels sont les types d'acteurs qui sont dominants dans la coordination ?
- quel est le degré d'aboutissement du processus de mobilisation de ressources ?
- quelle est la place du produit AOC dans l'offre ainsi générée ?

Ces différentes informations sont synthétisées dans le tableau ci-dessous, tableau qui permet de confirmer l'idée selon laquelle la domination d'un type d'acteur n'est pas un obstacle insurmontable à la réussite du processus, **même si un rapport de force équilibré entre sphère privée et sphère publique contribue le plus souvent à réguler les conflits liés aux intérêts divergents.**

**Tableau 37 : les dynamiques locales de développement – proposition de typologie**

Type	Intitulé	Systèmes locaux	Critère déterminant
1	Prégnance de l'action publique	Sainte-Maure de Touraine, Selles sur Cher, Valençay	Forme de gouvernance
2	Prégnance de l'action privée	Camembert / Vimoutiers, Roquefort	Forme de gouvernance
3	Forme de gouvernance équilibrée	Livarot, Poulligny Saint-Pierre, Thônes, Beaufort, Bauges	Forme de gouvernance
4	Relative absence de coordination malgré un potentiel de ressources important	Pont-l'Evêque, Abondance	Degré d'activation des ressources
5	Insertion de l'AOC dans un système de valorisation plus large	Sancerre / Chavignol, La Plagne, Val Cenis	Place de l'AOC dans l'offre locale

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

L'explicitation de la typologie souligne une fois encore la capacité du produit AOC à spécifier l'offre touristique, et à la différencier de démarches uniquement fondées sur un agrotourisme "générique" qui serait le même partout. L'appellation apporte donc incontestablement un plus, à condition d'être mobilisée de manière cohérente par les acteurs. **Ainsi, dans la construction d'un argumentaire visant à légitimer les produits d'appellation, les dynamiques inhérentes à l'échelle locale constituent une thématique à part entière.** Dans les facteurs de réussite, l'articulation entre échelle locale régionale est également essentielle. **Les systèmes les plus achevés sont en général ceux qui fonctionnent dans un minimum de complémentarité avec le territoire régional,** mis en évidence dans la partie précédente. Les démarches concurrentes, ou s'ignorant mutuellement, ont moins de chances de réussite. Enfin, nous remarquons **qu'il semble exister un lien entre le caractère abouti du panier de biens et les critères quantitatifs de développement** (emplois, fréquentation touristique), sans qu'il soit réellement possible de déterminer lequel détermine l'autre. Cette constatation mériterait à coup sûr une analyse plus poussée.

Ainsi, ce deuxième éclairage du développement territorial, d'abord à l'échelle régionale, puis à l'échelle locale, démontre une fois encore l'insuffisance du calcul de l'importance économique des filières comme unique critère d'évaluation. La mise en perspective historique permet l'introduction de nouveaux indicateurs, et repose en profondeur la question du lien entre AOC et développement.

Arrivé au terme de l'analyse des résultats, nous avons pu mettre en évidence différents éclairages permettant de répondre à la question de recherche formulée dans le chapitre 1. L'inscription des AOC dans les dynamiques de développement territorial s'analyse en termes agricoles et agroalimentaires, à travers des critères comme l'emploi, la fixation spatiale de l'activité, la contribution à l'attractivité des bassins de production, les pratiques des acteurs et la construction / spécification de ressources productives. L'appréhension de la place des AOC dans les coordinations visant à qualifier le territoire (synergies entre activités, construction de paniers de biens) a constitué le deuxième angle d'attaque de notre recherche, et a mis en évidence **la nécessaire articulation entre différentes échelles d'analyse** pour saisir les phénomènes dans toute leur complexité. Le dispositif théorique et méthodologique a ainsi conduit à une meilleure compréhension des liens entre filière et territoire, et apparaît comme une contribution à l'analyse de l'inscription territoriale de activités économiques.

Néanmoins, notre recherche n'a pas seulement une vocation heuristique, mais également opérationnelle. Il nous apparaît donc nécessaire de questionner la pertinence de ce qui semblent être deux avancées majeures de ce travail – la notion de pôle AOC et l'appréhension du développement territorial – d'une part pour elles-mêmes, mais aussi vis-à-vis de leur capacité à faire réfléchir les professionnels sur leurs pratiques. Dans ce septième et dernier chapitre, il convient donc de mettre en évidence les apports de nos résultats, d'une part dans les débats scientifiques et méthodologiques consacrés à ces questions, et d'autre part en termes de recommandation à destination des acteurs de terrains (professionnels comme élus locaux).



## **Chapitre 7**

### **Les perspectives scientifiques et professionnelles ouvertes par l'analyse en termes d'ancrage territorial**

A travers ses apports, notre recherche entend s'inscrire simultanément dans trois champs distincts, qui renvoient à la recherche scientifique, aux pratiques professionnelles et à l'action publique en faveur du développement des territoires ruraux.

Du point de vue de la recherche scientifique, il s'agissait d'ancrer notre travail dans les questionnements relatifs aux liens entre activité économique et territoire, domaine transversal à de nombreuses sciences sociales. Notre entrée par les acteurs privés nous a malgré tout amené à réfléchir à l'appréhension du processus de développement territorial, c'est-à-dire à nous placer dans une perspective davantage horizontale. Cette posture ne nous a pas empêché de nous interroger ponctuellement sur des thématiques voisines, telles que les stratégies spatiales des acteurs économiques ou l'attractivité des territoires. La confrontation entre les outils théoriques mobilisés (système productif localisé, panier de biens, gouvernance, ressource) et la réalité du terrain constitue d'une part une démonstration supplémentaire de la pertinence de ces outils, à travers une clarification de leur apport heuristique. D'autre part, de nouveaux questionnements sont apparus et méritent d'être évoqués, tant au niveau de la nature même du processus de développement que des échelles pertinentes pour son analyse.

En termes professionnels, l'articulation entre démarche monographique et approche comparative est à même de fournir des clés de compréhension quant aux relations entre filière et territoire, et plus précisément sur la manière dont les AOC contribuent au développement territorial. La recherche renvoie donc à la légitimation de ces systèmes productifs, perspective évoquée dès l'introduction, ainsi qu'aux bénéfices des démarches de coopération territoriale pour les acteurs des filières d'appellation. Par ailleurs, la confrontation des trajectoires productives nous a amené à nous interroger sur les conditions de réussite des filières AOC, du point de vue économique, territorial et organisationnel. Les apports pour les professionnels concernent donc également la pérennité de l'activité laitière et fromagère, avec en perspective l'enjeu fondamental de la révision du cahier des charges.

Enfin, même si notre posture nous conduit à considérer en premier lieu les acteurs des filières, les résultats renvoient aussi à des pistes à destination des acteurs du développement (élus, techniciens), tant sur les tenants et les aboutissants du processus que sur la manière de mobiliser une ressource aussi complexe que l'AOC. L'approche en termes de gouvernance permet notamment de s'interroger sur le rôle joué par ces acteurs dans la réussite d'une trajectoire de développement territorial.

Une première partie sera donc consacrée à la notion de "pôle AOC", proposée pour rendre compte de la complexité productive des filières et des dynamiques de développement à différentes échelles. Sera alors discutée la pertinence de cet outil, d'un point de vue méthodologique et pour l'action sur le terrain. Dans un deuxième temps, c'est du développement territorial dont il sera question, à travers ses deux fondements : coordination et ressource. Nous montrerons d'une part que l'une des clés de réussite de ce processus réside dans le dialogue entre différents secteurs d'activité (tourisme / agriculture), et d'autre part que cette réussite est liée à une convergence d'intérêts entre les différents acteurs. Enfin, il conviendra de revenir sur une préoccupation davantage immédiate des professionnels AOC, mais néanmoins déterminante du point de vue de la pérennité des bassins de production : la révision du cahier des charges. A travers la construction d'un modèle, il s'agira de montrer en quoi l'approche en termes d'ancrage peut clarifier les débats visant à faire évoluer les pratiques productives, et proposer, là encore, des préconisations.

## **I. La question des pôles AOC : intérêts et limites**

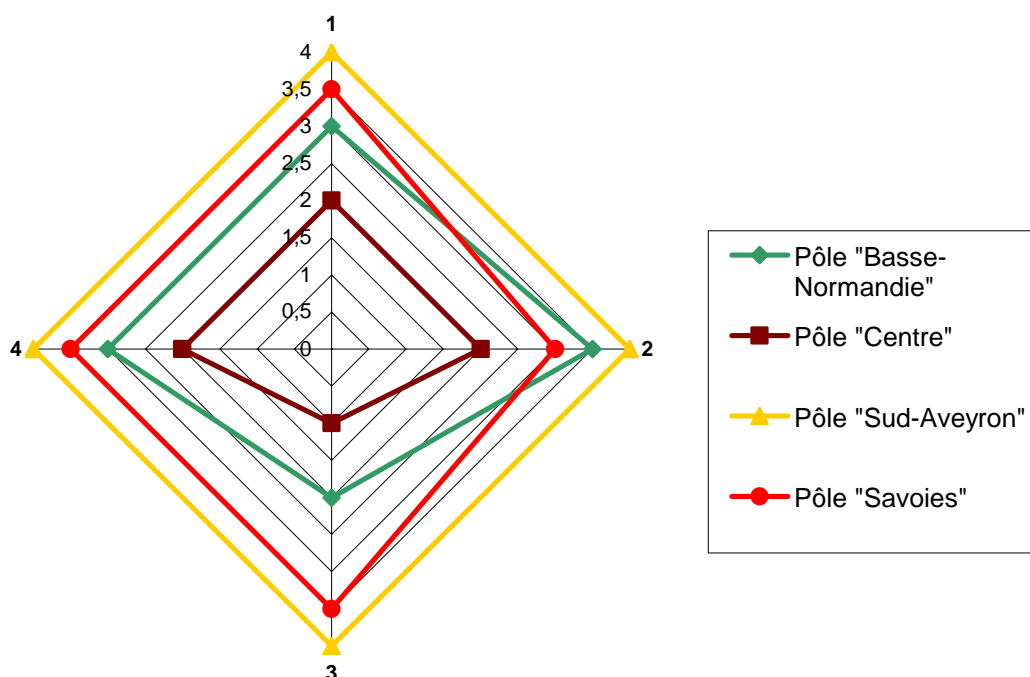
Conjuguées à l'enchevêtrement productif des filières, la complexité et la diversité des terrains d'étude nous avaient amené à proposer la notion de "pôle AOC". A l'aide cette notion, il s'agissait de considérer des systèmes productifs à travers un découpage plus large que la filière AOC, prenant en compte non seulement les produits d'appellation, mais aussi l'existence éventuelle d'une organisation plus ou moins formelle, dotée d'une dynamique propre, contribuant pour les acteurs à l'émergence d'un horizon stratégique à part entière. Au-delà des logiques inhérentes aux filières, le pôle AOC s'est également révélé opérationnel pour rendre compte des dynamiques territoriales, en constituant un cadre d'analyse supplémentaire pour l'observation des processus de développement. Fondée sur la non-pertinence de l'aire AOC, la première hypothèse de ce travail est directement liée à l'idée de pôle. La confrontation de cette notion avec la réalité du terrain a d'ailleurs permis de lui donner un contenu plus précis. Il s'agit donc de revenir sur le pôle AOC et de nous interroger sur sa pertinence méthodologique et opérationnelle. Cette réflexion doit également nous permettre de mieux cerner les limites de cette notion.

Cette première partie sera donc organisée autour de ces deux dimensions. Les apports principaux de l'approche en termes de pôle AOC seront évoqués dans un premier temps. Puis, l'opérationnalité de la notion sera examinée, pour les professionnels AOC dans une optique de gestion des filières, et pour les acteurs publics, dans une optique davantage territoriale.

### **1. La pertinence scientifique et méthodologique de la notion de pôle AOC**

Au-delà de la diversité des contextes productifs et territoriaux, notre démarche a permis de faire apparaître des pôles AOC plus ou moins achevés. Du fait de sa longue histoire interprofessionnelle, le Sud-Aveyron s'affirme comme le pôle le plus abouti, avec il est vrai un seul produit AOC pour l'instant. La tradition de coopération des Savoies place ce pôle en deuxième "position", devant la Basse-Normandie, où l'enchevêtrement des filières est tout aussi important. Le Centre arrive en dernière place, principalement à cause de l'autonomie des syndicats AOC et des trajectoires divergentes des bassins de production. Mise en évidence dans le diagramme ci-dessous, cette hiérarchie renvoie directement aux résultats des deux chapitres précédents, tant en termes de spécification de ressources que de synergies avec les autres acteurs. Les caractéristiques des pôles AOC résultent donc directement des dynamiques productives et territoriales inhérentes à chacun des terrains d'étude.

**Graphique 15 : les pôles AOC et leurs indicateurs – approche comparative**



#### Liste des indicateurs

Proximité géographique des acteurs et des filières AOC	1
Caractère entremêlé des structures productives	2
Mise en commun de fonctions productives	3
Fréquence des relations / émergence d'un horizon stratégique supplémentaire	4

Réalisé par J. Frayssignes, 2005.

C'est effectivement pour les AOC caprines du Centre que la référence à un pôle AOC semble la moins appropriée. Outre l'éclatement des bassins de production, les dynamiques de développement ne sont que très rarement observées à cette échelle. Le pôle Centre apparaît donc comme une construction fragile, uniquement fondée sur des limites administratives. La mobilisation de cette échelle semble pour l'instant peu pertinente. Si son potentiel touristique est indéniable, les limites de ce territoire sont incertaines. En dépit d'une volonté de certains acteurs de construire une entité spatiale porteuse sur le long terme, les faits mettent en évidence des stratégies fondées sur des territoires plus restreints, davantage connus des touristes et des consommateurs, territoires sur lesquels s'appuient majoritairement les filières AOC. Sur les autres terrains, la présence d'un pôle est davantage avérée, dans la mesure où les forces "centrifuges" – aussi bien productives que territoriales – apparaissent plus fortes. Les pratiques et les représentations des acteurs sont également davantage inscrites à cette échelle. Ainsi, même si la production AOC bas-normande est totalement inscrite dans le bassin laitier régional, la structuration des syndicats contribue à une certaine différenciation institutionnelle, fondée en premier lieu sur la gestion des cahiers des charges, et dans une moindre mesure sur la rémunération des producteurs. Même s'il est récent, l'horizon stratégique lié aux filières AOC tend à se renforcer progressivement. A travers des structures telles qu'AFTALP ou le CIELS<sup>522</sup>, le pôle savoyard s'affirme aussi comme un horizon stratégique à part entière, dans lequel les acteurs des syndicats AOC inscrivent leur action.

<sup>522</sup> Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes ; Comité Interdépartemental de l'Economie Laitière Savoyarde.

Cet horizon est en revanche prépondérant dans le Sud-Aveyron, où la Confédération de Roquefort constitue le principal cadre de référence des stratégies individuelles.

Dans une perspective de développement, l'hypothèse relative à l'échelle d'observation des processus a été en grande partie validée par l'analyse. Si les territoires correspondant aux pôles AOC n'apparaissent pas toujours pertinents, le principal apport de l'approche en termes de pôle réside dans la mise en évidence d'un emboîtement d'échelles, allant du micro-local au régional. Les entretiens ont ainsi montré que dans la plupart des cas, l'aire d'appellation n'était pas opérante pour l'observation des processus de coordination. Ce territoire renvoie à une construction spatiale dans lesquelles interviennent des logiques diverses. La reprise en main des appellations fromagères par l'INAO en 1990 a ainsi octroyé une plus grande place à la notion de terroir (pratiques, savoir-faire, conditions naturelles), au détriment des logiques d'entreprises et des découpages administratifs. Incidemment, certains zonages sont en relative adéquation avec les territoires de développement identifiés par ailleurs, comme l'aire AOC Livarot et le Pays d'Auge, ou le Pouligny Saint-Pierre et le Pays Blanquois. Ces correspondances sont quoi qu'il en soit rares et ne sont jamais recherchées de manière consciente, même si la dimension identitaire peut parfois jouer un rôle important.

Même s'il ne peut se suffire à lui-même, le dispositif méthodologique lié au pôle AOC se présente comme un concept opératoire et semble pouvoir être transposé à d'autres régions fromagères telles que le Massif Central ou le Jura, voire à d'autres produits sous signe officiel de qualité. La notion trouve néanmoins ses limites dans la structure productive même des objets étudiés. En effet, en considérant seulement les AOC fromagères, l'organisation sous forme de pôle est loin d'être automatique à l'échelle nationale. De nombreuses appellations ne relèvent d'aucun ensemble fromager particulier. C'est par exemple le cas du Maroilles (Aisne) ou de l'Ossau-Iraty (Pyrénées-Atlantiques), dont l'isolement géographique est manifeste. De ce point de vue, certaines autres appellations revêtent des particularités notables. Rapidement évoqué dans le chapitre 4, le Neufchâtel est animé par une logique distincte des AOC bas-normandes, ceci en dépit de quelques coopérations ponctuelles concernant la promotion, et de la montée en puissance de Lactalis dans le tonnage de l'AOC. Par ailleurs, malgré son adhésion au Pôle Fromager Massif Central (opérations de recherche / développement), le syndicat de l'AOC Rocamadour évolue malgré tout selon une trajectoire qui lui est propre. L'approche en termes de pôle AOC n'est donc pas toujours utile, même si le caractère territorialement ancré des filières demeure une réalité. L'intérêt méthodologique de la notion de pôle AOC apparaît donc réel, et permet de confirmer l'hypothèse inhérente aux échelles pertinentes du développement. Le caractère appliqué de notre recherche nous amène désormais à questionner le pôle AOC dans la perspective de l'action, ceci afin d'identifier à nouveau ses apports comme ses limites.

## **2. Les contributions du pôle AOC pour l'action territoriale et la gestion des filières**

Les chapitres consacrés aux résultats mettent en évidence la nécessité pour les professionnels AOC d'intégrer l'idée de pôle AOC – et par-là même une réflexion à plusieurs échelles – dans la gestion de leur filière au quotidien, et plus particulièrement dans la mobilisation d'échelles territoriales en vue de la promotion des produits. L'approche en termes de pôle fait également apparaître un enjeu fondamental : le besoin de cohérence entre ces différentes échelles, qui constitue un facteur déterminant dans les conditions de réussite des filières AOC, cette fois-ci à un niveau organisationnel.

## 2.1. Une échelle pertinente pour l'action ?

L'analyse de la gestion des filières AOC au quotidien a montré que les stratégies de mise en commun de compétences prenaient des formes et des degrés d'accomplissement différents. Si la promotion des produits est souvent un dénominateur commun, certains pôles vont plus loin dans la coopération : grille sanitaire de paiement du lait (Basse-Normandie), cahier des charges concernant les concentrés, programmes de R&D (Savoies). Ces démarches tendent donc à prouver l'efficacité du pôle AOC. Actuellement en préparation, la future loi d'orientation agricole pourrait renforcer cette efficacité. Concernant les filières AOC, il est ainsi question de distinguer l'organisme de contrôle de l'organisme de gestion. Aujourd'hui, chaque syndicat d'appellation doit être doté à titre statutaire de deux commissions : une commission "agrément produit" (ou commission dégustation) et une commission "conditions de production" (cahier des charges). La nouveauté réside dans la création d'un "organisme agréé" qui, par délégation de l'INAO, effectuera les contrôles visant au respect du cahier des charges. Les syndicats d'appellation conserveraient leur fonction de gestion de l'AOC, à travers une cotisation obligatoire et la nécessité de regrouper l'ensemble des acteurs. Pour des raisons d'économie d'échelles, ces nouveaux organismes de contrôle pourront être mis en place au niveau d'une région, et gérer ainsi plusieurs AOC. Les premières discussions quant à d'éventuels regroupements de filières semblent se fonder sur les pôles tels que nous les avons définis, et tels qu'ils existent déjà à travers les habitudes de travail des acteurs des filières.

Dans l'analyse du caractère opérationnel du pôle AOC, la question de la promotion régionale des produits est fondamentale, dans la mesure où elle ne relève pas seulement d'une logique verticale, mais mobilise des échelles territoriales, et de ce fait des acteurs situés "hors" de la filière. Les appellations des pôles Basse-Normandie et Savoies s'appuient ainsi sur des entités territoriales porteuses de sens pour les touristes et les consommateurs. Outre une meilleure identification des produits à l'extérieur, cette stratégie permet de "regrouper les forces", et d'obtenir éventuellement des appuis de la part des collectivités territoriales concernées. Même si elle n'est pas toujours vécue comme telle, notamment par les acteurs des filières, la convergence d'intérêts semble ici incontestable : les AOC renforcent leur image et font dans le même temps la promotion des régions à travers leur dimension gastronomique. Une telle association devient en revanche inopérante lorsque les régions renvoient à des territoires incertains et/ou dénués de toute notoriété, comme c'est le cas dans le Sud-Aveyron et le Centre. Dans ce dernier terrain, la mobilisation de la région administrative pose la question de l'efficacité même de la démarche. Il semble donc que l'on atteigne ici les limites d'une réflexion en termes de pôle. Pourtant, l'analyse des pratiques commerciales des acteurs des filières a mis en évidence la nécessité de posséder dans sa gamme l'ensemble des appellations de la région. Par des stratégies diverses, la plupart des opérateurs sont désormais en mesure de fournir les cinq AOC caprines du Centre, mais n'ont pas nécessairement jugé nécessaire d'élargir leur offre au Chabichou du Poitou (Vienne et Deux-Sèvres), preuve que dans leur représentation, l'entité administrative est porteuse d'un minimum de signification. Même dans un contexte peu propice à la coopération, les impératifs commerciaux peuvent donc rejoindre les préoccupations des acteurs locaux en matière de qualification territoriale.

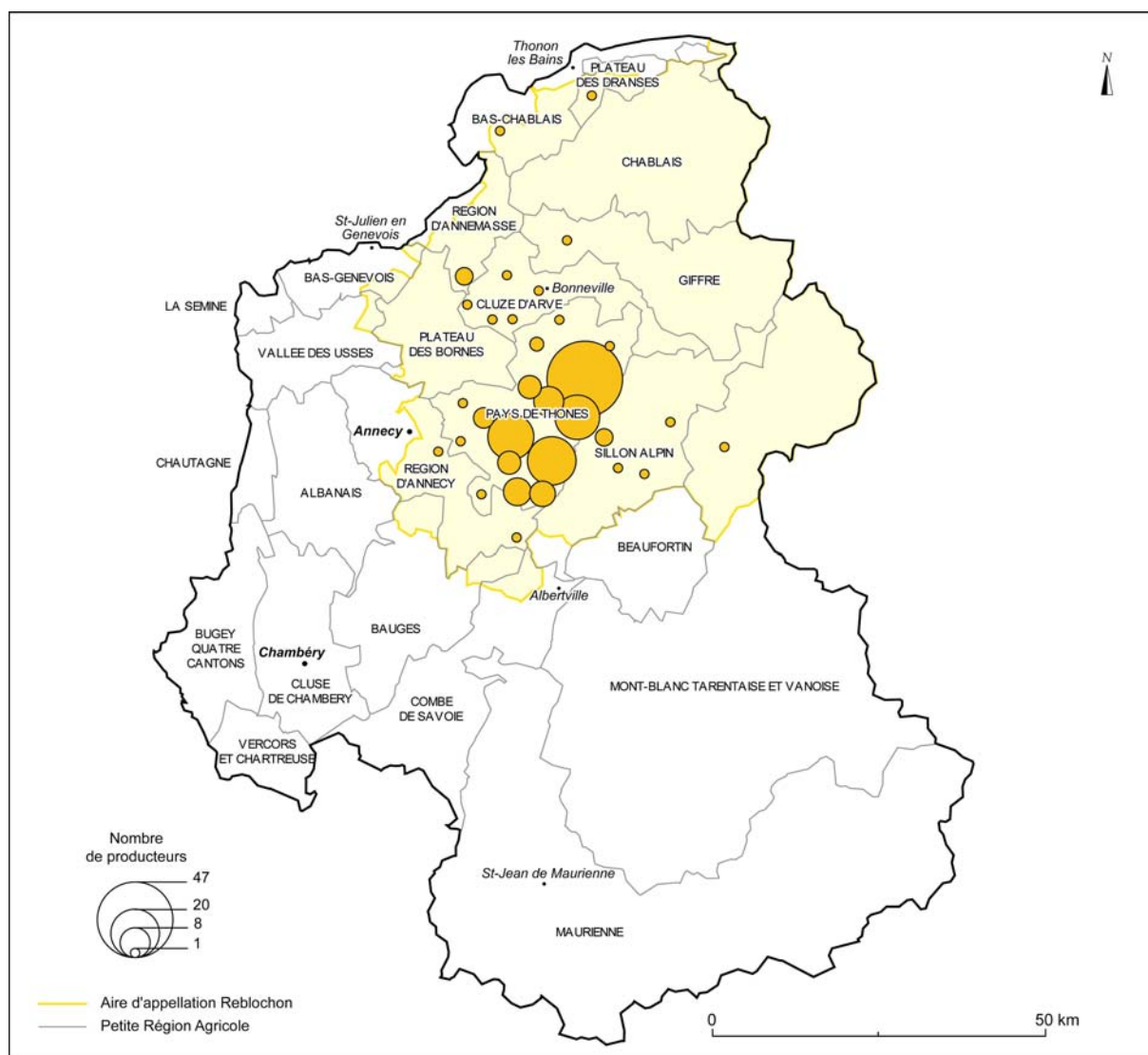
L'efficacité d'un pôle AOC donné demeure de ce fait une question complexe, tributaire de nombreux facteurs. L'enjeu réside dans la mobilisation d'une échelle pertinente, à la fois appropriable par l'ensemble des acteurs impliqués, et porteuse d'un minimum de sens pour l'extérieur. Les choix à effectuer doivent donc être mûrement réfléchis et discutés.

## **2.2. Entre pôles et "cœurs de zone AOC", la nécessaire recherche de cohérence**

Parallèlement à l'échelle régionale, les entretiens ont également mis en lumière les démarches de valorisation mises en place à l'échelle locale (commune portant le même nom que le fromage, canton, autre lieu). Très souvent ressenties par les acteurs comme un besoin d'ancrage dans un territoire restreint, ces démarches revêtent une importance capitale car elles permettent d'identifier un territoire, qui sera perçu comme légitime, pour revendiquer la propriété historique du produit AOC, aussi bien par les touristes que par les résidents. A cet égard, les manifestations locales dédiées au fromage renforcent ce sentiment d'appropriation et jouent de ce fait un rôle déterminant dans le processus de territorialisation. Initiées par des acteurs de nature très diverse (professionnels comme dans le cas du Camembert de Normandie, élus pour le Sainte-Maure de Touraine, acteurs du tourisme pour Roquefort...), ces stratégies renvoient très souvent à la dimension identitaire du territoire, et pas forcément à une réalité productive. La prégnance des clivages administratifs va donc être proportionnelle au rôle joué par les élus. La construction territoriale qui en résulte constitue ce que nous appelons le "cœur de zone AOC", et peut donner naissance à des paniers de biens.

Concrètement, ces cœurs de zone sont très souvent matérialisés par une signalétique symbolisant l'étroite proximité entre le produit et son territoire. Ce marquage territorial constitue un message à destination des touristes comme des résidents. Le cas du Reblochon apparaît révélateur de ce processus. En dépit du fait que l'aire AOC occupe une grande partie de la Haute-Savoie, l'Union des Producteurs de Reblochon Fermier (UPRF) a mis en place une stratégie de communication fondée sur une différenciation vis-à-vis du Reblochon laitier. En lien avec un certain nombre d'opérateurs touristiques (offices), la valorisation du Reblochon fermier se réalise au travers de démarches spécifiques, fortement localisées autour d'un territoire correspondant globalement au canton de Thônes (sud du département), et qualifié de manière quasi-unanime comme le berceau historique du produit. Contrairement à des AOC telles que Camembert de Normandie ou Sainte-Maure de Touraine, cette antériorité historique se double d'une légitimité productive, la très grande majorité des producteurs fermiers sont encore situés à l'intérieur de la région agricole du Pays de Thônes, très proche du canton du même nom (environ 130 sur 180, soit plus de 70 %).

**Carte 37 : les producteurs fermiers de l'aire AOC Reblochon en 2004**



Source : Confédération de Roquefort (2004), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

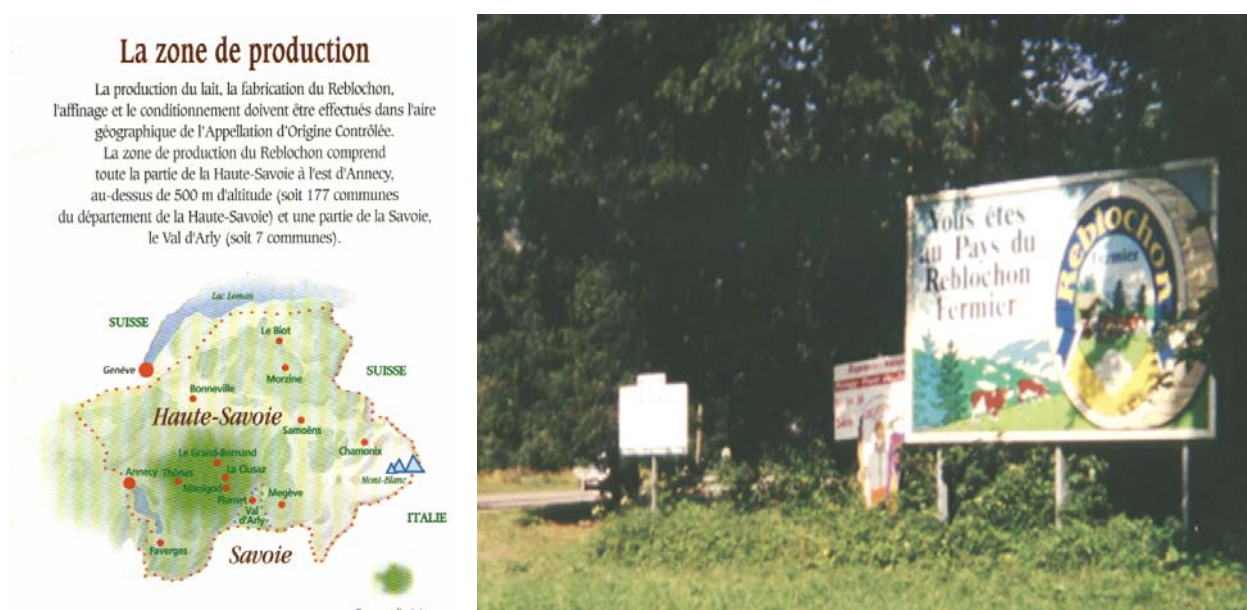
La commune de Thônes est en outre le centre décisionnel de la filière, de par la présence de la "Maison du Reblochon", qui regroupe l'ensemble des services administratifs et techniques. Ce territoire restreint aux limites parfois floues s'affirme ainsi comme le "cœur de zone" du Reblochon fermier, et fait l'objet d'une communication originale. Une cassette vidéo consacrée au fromage et réalisée à destination des touristes explique : *"Au cœur des Alpes, dans le département de Haute-Savoie, à vingt kilomètres de la ville d'Annecy et de son lac, on découvre le canton de Thônes et le massif des Aravis. C'est une région au patrimoine riche et généreux, à l'identité forte, où les hommes ont su garder les traditions et leur culture. L'agriculture, l'artisanat et le tourisme se sont développés en harmonie. Ainsi, chaque village conserve tout au long de l'année une vie intense. Ce pays est aussi le berceau du Reblochon fermier. Transmis de génération en génération, le Reblochon fait vivre encore une agriculture forte et dynamique. Sur ce petit territoire, on compte plus de 150 fermes, dont 140 producteurs de Reblochon"*<sup>523</sup>. Au moment où est évoquée cette "vie intense", les images

<sup>523</sup> Cassette vidéo, UPRF, réalisée par Altimax, 24 minutes.



viennent renforcer le commentaire en montrant des enfants sortant d'une école. Les documents ci-dessous illustrent également cette stratégie.

**Figure 7 : la communication autour du "cœur de zone" du Reblochon fermier**



Dans un souci de légitimité à l'échelle locale, il apparaît donc fondamental pour chaque syndicat AOC de réfléchir à son propre territoire de valorisation, et de penser l'ensemble de ses actions de communication en cohérence avec cette échelle. Le plus souvent, les limites de ce territoire sont relativement évidentes pour des raisons historiques. Néanmoins, ces cœurs de zone relèvent parfois d'une démarche initiée par d'autres types d'acteurs, sans rapport direct avec la réalité productive ou historique. Les professionnels AOC ont dès lors tout intérêt à s'appuyer sur ces initiatives et à agir dans le sens d'un renforcement.

Basée sur le leitmotiv "à chaque filière son territoire", cette réflexion doit être nécessairement couplée à celle concernant l'échelle régionale du pôle AOC, incluant cette fois-ci un ensemble de produits. Loin d'être incompatibles, ces deux échelons territoriaux peuvent être parallèlement mobilisés, à condition que leur articulation se réalise dans une recherche de cohérence, et non de manière disjointe ou concurrente. Cette cohérence passe notamment par la connaissance mutuelle des démarches en cours aux différentes échelles. Très souvent, les exemples de mauvaise articulation relèvent davantage d'une ignorance des actions que d'une relation de concurrence. Ainsi, l'exemple roquefortais met en évidence une volonté touristique de construire un territoire restreint de quelques cantons, tandis que les instances régionales ont privilégié une signalétique dédiée au produit à partir de panneaux disséminés dans l'ensemble de l'aire AOC. Sans être réellement néfaste, cette absence de concertation tend à diluer les initiatives et à réduire l'efficacité des démarches de communication. De la même façon, les dynamiques locales à l'œuvre dans les Savoies apparaissent relativement bien connectées à l'échelle régionale, les sites intégrés aux paniers de biens figurant également dans l'Itinéraire des Fromages autour du Mont Blanc (Maison du Val d'Abondance, Coopérative du Val d'Aillon, alpages, producteurs fermiers...). Cependant, le grand nombre d'interlocuteurs agissant sur une échelle similaire (syndicats AOC, AFTALP,

marque collective Savoie, coopératives laitières et viticoles...) peut poser un problème de redondance et nécessite assurément une coopération plus "rationnelle".

### **2.3. En guise de conclusion, le pôle AOC pour identifier les premières conditions de réussite des filières AOC**

Ainsi, qu'il s'agisse de promotion, de recherche ou plus généralement d'organisation, l'articulation entre pôle AOC et cœur de zone apparaît comme un incontestable facteur de réussite pour les filières d'appellation, facteur qui vient enrichir les réflexions développées par un certain nombre d'auteurs ayant réfléchi sur cette thématique. S. Scheffer estime par exemple que l'une des clés de succès d'une filière sous signe de qualité résidait dans la cohérence du collectif à l'origine de la démarche (histoire commune, relations de confiance) et dans sa capacité organisationnelle (Scheffer, 2002). La réussite d'un système comme Roquefort tient en effet aux dynamiques collectives qui sous-tendent les relations entre acteurs, et qui se caractérisent par une importante connaissance mutuelle des individus, forgée à travers la négociation et la confrontation des points de vue. Cette proximité est à l'origine d'une "ambiance" particulière, très souvent conflictuelle, et qualifiée de "dure" par de nombreux interlocuteurs immergés dans ce contexte. Il convient d'ailleurs de souligner le caractère historiquement construit de cette situation d'interconnaissance qui, loin de se décréter, s'inscrit au contraire dans la durée. La transposition d'un tel système est donc très difficile. Une telle réussite tient quoi qu'il en soit dans une réflexion des acteurs, fondée non pas uniquement sur le produit AOC, mais sur l'ensemble de produits gérés par la Confédération de Roquefort. L'échelle du pôle AOC apparaît donc déterminante dans la "performance organisationnelle" de la filière.

D. Barjolle et B. Sylvander mettent quant à eux en évidence les facteurs relatifs à l'organisation interne et la capacité des acteurs à gérer leur produit de manière collective (définition du produit, paiement de la matière première, promotion, recherche...) (Barjolle, Sylvander, 2002). Là encore, il est possible de décliner ces facteurs selon les différentes échelles identifiées dans notre propre recherche. Les auteurs insistent également sur la capacité de l'organisation à gérer les volumes produits, c'est-à-dire à fonctionner comme une véritable interprofession, à l'image de certaines filières AOC, qui disposent d'ores et déjà d'un tel dispositif (Roquefort, Comté). La suppression des quotas va contraindre les autres filières à se faire reconnaître en tant qu'interprofession, pour éviter de subir d'inévitables déséquilibres. Cette reconnaissance ne pouvant a priori se réaliser pour chacun des systèmes AOC, des regroupements à un niveau régional sont fortement envisagés par de nombreux acteurs, qui jugent l'échelle des pôles AOC comme une solution naturelle, notamment dans les Savoies.

En conclusion, la réflexion en termes de pôle fournit un éclairage intéressant sur la gestion des filières AOC, et met en perspective leur pérennité à moyen et long terme. La capacité des acteurs à articuler différentes échelles territoriales, tant dans la promotion des produits que dans la dynamique organisationnelle, constitue une des conditions de réussite des filières d'appellation. Même s'il n'est pas toujours judicieux de la mobiliser, l'échelle du pôle AOC apparaît comme un point de passage obligé dans la réflexion des professionnels. Néanmoins, l'approche en termes d'ancrage ne pose pas uniquement la question du cadre territorial, mais entend aussi fournir des clés de compréhension quant au processus même de développement, qui intéresse autant les acteurs territoriaux que les professionnels AOC.

## **II. Les apports de l'ancrage pour le développement territorial : dialogue entre professionnels et intérêts potentiellement convergents**

Outre la question de l'échelle territoriale, les perspectives de notre recherche concernent également le "contenu" du processus de développement territorial et la place que peut y avoir le produit AOC. Ces perspectives intéressent en premier lieu les élus et acteurs du développement, soucieux de l'attractivité de leur territoire d'action, et conscients de l'intérêt potentiel que présente une ressource comme l'AOC dans une perspective de différenciation. Pour les autres professionnels locaux rencontrés (acteurs du tourisme, restaurateurs, autres professionnels agricoles...), l'intérêt est également réel dans la mesure où la mobilisation de l'AOC peut répondre à un certain nombre de leurs préoccupations. Enfin, cette partie entend également démontrer la nécessité pour les professionnels AOC eux-mêmes d'être attentifs aux coopérations territoriales, dans la mesure où ces démarches peuvent jouer un rôle dans la pérennité des filières. Ainsi, "faire du développement" ne relèverait pas seulement d'une incidence liée à l'activité productive (emplois), mais d'une stratégie consciente, susceptible d'être profitable (notoriété, commercialisation...). La mise en évidence de l'utilité des démarches plurisectorielles pour ces différents types d'intervenants passe par un travail de synthèse sur l'appréhension du processus de développement à partir des résultats de terrain. La question de la coordination des acteurs sera donc abordée dans un premier temps (approche "horizontale"), et nous amènera à proposer la notion de dialogue professionnel comme fondement de la réussite du processus. Une deuxième partie sera davantage consacrée à la construction de ressources, cette fois-ci du point de vue des professionnels AOC (entrée "verticale"). On insistera alors sur les intérêts potentiellement convergents liés aux démarches.

### **1. Le développement territorial en termes de coordination : contribution au débat à travers la notion de dialogue entre professionnels**

En termes de coordination, les processus observés sur le terrain s'inscrivent dans un contexte d'antagonisme historique entre les différents secteurs d'activité, au premier rang desquels l'agriculture et le tourisme. Toutefois, bien que modestes, les phénomènes de décroisement sont réels, et résultent d'un besoin accru de coopération. L'appréhension des dynamiques à l'œuvre a donc pour but de fournir aux acteurs des outils d'aide à la décision quant aux choix à effectuer, et de montrer quelle peut être la place des élus.

#### **1.1. Le lent décroisement entre agriculture et tourisme : une réalité incontestable**

Présent en filigrane de nombreux travaux consacrés à la question de l'inscription de l'agriculture dans les dynamiques touristiques<sup>524</sup>, le rapprochement entre les deux activités semble constituer une tendance de fond, qui touche la plupart des territoires ruraux des pays développés. Relativement récente, cette évolution fait suite à une période d'ignorance, voire d'opposition, dans laquelle le tourisme et l'agriculture avaient des fonctions bien séparées. D'un côté, les agriculteurs envisageaient le tourisme avec méfiance, et considéraient cette pratique comme un signe d'échec dans leur activité de production. De l'autre, les opérateurs

---

<sup>524</sup> Voir à ce sujet les thèses de M. Faure (2000) et de J. Bessière (2000). Nous ne considérons pas ici l'activité d'agrotourisme dans son ensemble, mais les démarches visant à mettre en scène les produits alimentaires.

touristiques se souciaient relativement peu des espaces ruraux et de la production agricole, jugée parfois rétrograde, et quoi qu'il en soit inadaptée aux attentes. Ce rapprochement semble accéléré par une évolution simultanée des deux secteurs. Durant les vingt dernières, le développement du tourisme rural et agricole années témoigne d'une demande sociale accrue pour une meilleure connaissance des produits et des savoir-faire qui participent à leur élaboration, et par-là même des racines paysannes. Du côté agricole, l'émergence d'un modèle européen fondé sur la multifonctionnalité bouleverse l'activité agricole et renforce l'ouverture au reste de la société. A l'échelle nationale, les Contrats d'Agriculture Durable (CAD), qui ont succédé aux Contrats Territoriaux d'Exploitations (CTE), participent à cette évolution. De même, au niveau individuel, les professionnels agricoles ressentent le besoin de réinscrire leur activité dans le territoire, notamment dans le but d'apporter des réponses à un contexte commercial moins favorable qu'auparavant, tandis que les opérateurs touristiques, confrontés à une concurrence accrue, sont dans l'obligation d'enrichir et de spécifier leur offre.

Ainsi, les liens évoluent vers des projets davantage volontaristes, à l'échelle régionale comme locale, alors qu'auparavant, les éventuelles coopérations relevaient majoritairement d'une incidence due à une proximité géographique. Cette situation est visible dans les Savoies, où tourisme et agriculture ont longtemps cohabité sans réellement coopérer. La seule forme de partenariat a pris la forme de magasins de vente au sein même des coopératives, destinés à capter la fréquentation touristique des stations. En dépit du fait que les démarches observées sur les différents terrains apparaissent disparates, éclatées, et surtout très embryonnaires, l'évolution est réelle, et très largement perçue par la grande majorité des interlocuteurs interrogés sur ce thème, qu'ils relèvent de la sphère agricole comme touristique :

- *"Il y a dix ou quinze ans, ceux qui faisaient du tourisme, c'était presque des marginaux de l'agriculture. On ne voyait pas forcément ça d'un bon œil. Peut-être ceux qui faisaient ça, c'était des illuminés. Je crois quand même qu'ils étaient en avance"*<sup>525</sup>.
- *"Les liens avec les offices, ce n'est pas vieux, cinq ans maximum. Avant, on n'y avait même pas réfléchi, tout allait bien, personne ne se posait de question"*<sup>526</sup>.

Vis-à-vis de cette évolution, les quatre pôles étudiés présentent des problématiques différentes. Ainsi, le Centre et la Basse-Normandie se caractérisent par un relatif "retard" des démarches touristiques issues des filières fromagères, notamment par rapport à d'autres activités agricoles, davantage avancées en la matière (viticulture dans le Centre, production de cidre en Basse-Normandie). Les raisons de ce décalage semblent provenir d'une part de facteurs technologiques<sup>527</sup>, et d'autre part d'une sensibilisation plus tardive au tourisme. Dans les Savoies, en dépit de relations jugées encore très ténues par de nombreux interlocuteurs, agriculture et tourisme semblent voués à fonctionner de manière concertée et complémentaire, tant le contexte foncier constitue un problème de plus en plus prégnant pour l'activité agricole. Enfin, nous avons vu que la prédominance de la logique sectorielle à Roquefort connaissait un léger infléchissement du fait de la prise de conscience de l'intérêt que pouvait présenter le tourisme. Impensables il y a à peine dix ans, des démarches plus poussées en lien avec les acteurs touristiques sont tout à fait envisageables aujourd'hui et commencent à se développer.

En définitive, il est important d'insister sur le fait que les coordinations qui ont été observées sur les quatre zones de recherche, aussi modestes soient-elles par rapport à

<sup>525</sup> Un professionnel du tourisme en Région Centre.

<sup>526</sup> Un professionnel agricole en Haute-Savoie.

<sup>527</sup> Le vin et le cidre sont généralement des produits se prêtant mieux au tourisme que le fromage (conservation plus aisée, visites de fromageries et d'exploitations laitières rendues difficiles par les contraintes sanitaires...).

l'ampleur de l'activité fromagère, sont à appréhender dans le cadre de ce contexte en lente mutation. Le principal résultat de notre recherche ne renvoie pas aux démarches elles-mêmes, mais au changement en train de s'opérer dans les dernières années, qui repose en profondeur la question des liens entre filières AOC ainsi que du développement. Ce rapprochement se réalise à travers une évolution dans les pratiques et les représentations des acteurs issus des deux sphères. Il convient maintenant de réfléchir plus précisément aux dynamiques qui en résultent et sur les facteurs susceptibles de présider à leur réussite.

## 1.2. Entre "vouloir faire" et "savoir faire", l'idée de dialogue comme élément de réponse

La présence sur un même territoire de ressources spécifiques est en général bien perçue par les interlocuteurs rencontrés (élus locaux, agents de développement). Lorsqu'on les interroge sur ce thème, les réponses renvoient toujours à la nécessité de mettre en relation ces différentes ressources, ceci quel que soit le terrain d'enquête considéré. En revanche, alors que leur identification apparaît comme une chose naturelle, ce sont les modalités de mise en cohérence de ces aménités qui posent problème, comme l'expriment les réflexions suivantes :

- *Il y a des trucs à faire avec des produits de la ferme. On a ce qu'il faut, on a la matière. On est riche en produits dans la région, il n'y a pas besoin de se creuser la tête, on a tout sous la main. Il faut réussir à démultiplier les énergies"*<sup>528</sup>,
- *"à ma connaissance, nous sommes la seule commune de France à posséder à la fois une AOC viticole et une AOC fromagère. C'est quand même une force. Et puis il y a le château. Autant d'atouts à faire valoir, c'est là-dessus qu'on doit travailler"*<sup>529</sup>,
- *"dans la région, on a des AOC vins et des AOC fromages. Les syndicats sont en train de se dire qu'ils pourraient faire davantage d'actions en commun, parce que les deux produits se marient plutôt bien sur une table non ?"*<sup>530</sup>.

Derrière ces discours, les acteurs semblent malgré tout relativement démunis quant aux démarches à mettre en place pour concrétiser ces volontés, et agissent finalement de manière très empirique. Même si elle n'est pas toujours formulée, leur demande concerne de ce fait des éléments de méthode. Cette demande apparaît de manière très explicite à travers l'exemple des Sites Remarquables Du Goût. Créée en 1994 par le Comité National des Arts Culinaires (CNAC), puis relancée en 2001, l'association des Sites Remarquables du Goût (SRDG)<sup>531</sup> a vocation à "labelliser" des sites remplissant un certain nombre de critères :

- présence d'un produit traditionnel et emblématique du territoire,
- présence d'un patrimoine remarquable (architectural, paysager...),
- présence de structures d'accueil pour les touristes (visites, séjours, circuits...),
- présence d'un collectif capable de mettre en synergie ces éléments.

La volonté de l'association est désormais de privilégier la dimension touristique, notamment à travers l'organisation de séjours "clés en main". Il s'agit également d'accentuer la

<sup>528</sup> Un responsable agricole dans le Sud-Aveyron.

<sup>529</sup> Un élu de la commune de Valençay (Indre).

<sup>530</sup> Un technicien agricole en région Centre.

<sup>531</sup> Parmi les 116 sites existant aujourd'hui, on trouve notamment le Domaine de Saint-Hippolyte (Calvados), Sancerre (Cher), Roquefort (Aveyron) et Beaufort (Savoie). Pour plus d'informations, voir [www.sitesremarquablesdugout.com](http://www.sitesremarquablesdugout.com).

communication à caractère pédagogique auprès des scolaires. Pour ce faire, tout l'enjeu réside dans la reconnaissance institutionnelle de l'organisation, à travers le passage à un système de contractualisation, sur un modèle proche de celui des Pays d'Art et d'Histoire. La grande originalité des SRDG tient donc à cette position d'interface entre différents secteurs d'activité, les financements de l'association émanant d'ailleurs pour l'instant de quatre ministères : Culture, Tourisme, Agriculture et Environnement. Les démarches visant à mieux structurer les sites à l'échelle locale relèvent de ce fait de la même logique de décroisement évoquée plus haut : *"A tel point que le Ministère de l'Agriculture se dit qu'il va falloir mettre de la matière grise pour inventer ce qu'est un site du goût. Il y a un manque de compétence et de méthode. Les acteurs institutionnels qui veulent entrer dans une telle démarche ont des besoins auxquels il faut répondre, il faut qu'ils arrivent à raisonner en termes de développement local, de multifonctionnalité, qu'ils aient une approche territoriale des choses"*<sup>532</sup>. Quel que soit l'échelon territorial considéré, les besoins exprimés renvoient à la difficulté extrême de concertation entre des acteurs et des organisations inscrites dans des sphères différentes. Ces difficultés sont bien entendu exacerbées à l'échelle nationale : *"Après, il y a des problèmes de disponibilité. Je passe tellement de temps avec mes quatre ministères. Ils ne se connaissent pas, ils ont des démarches différentes, et du coup je suis un peu dépassée. Ils ont chacun leurs habitudes, leurs modalités d'intervention. On est sans arrêt obligé de faire l'interface, ça complique forcément les choses"*.

Sans apporter de réponse toute faite, notre approche fait apparaître des éléments de réponse à cette délicate, mais au combien fondamentale question du "comment faire". Observées sur le terrain, les lacunes concernant la communication entre secteurs mettent en évidence la nécessité d'instaurer un dialogue entre les différents secteurs d'activité sur un même territoire. C'est donc sur ce dialogue qu'il convient désormais de s'arrêter un instant.

### **1.3. Du dialogue à l'apprentissage : les principes de base issus de la réalité du terrain**

Le dialogue entre professionnels a pour but de faire tomber les "barrières" entre activités sur un même territoire, mues par des logiques distinctes. Derrière cette idée de dialogue, émerge la nécessité d'une compréhension mutuelle des problématiques et préoccupations inhérentes à chaque profession, qui doit déboucher sur la coordination autour de projets territorialisés. Le développement apparaît comme un processus d'apprentissage, visant d'une part à renforcer la réflexion et l'action communes entre des acteurs, et d'autre part à construire un espace stratégique "territorialisé", pertinent et légitime pour l'action.

Les quelques extraits d'entretiens ci-dessous permettent d'illustrer ce besoin de dialogue entre les acteurs des filières AOC et les autres professionnels, également susceptibles de jouer un rôle dans le processus de qualification territoriale et de construction de paniers de biens. C'est pourquoi les relations avec trois types d'acteurs seront successivement examinés : les opérateurs touristiques, les restaurateurs et les viticulteurs.

Le travail avec les acteurs du tourisme, au premier rang desquels les offices à l'échelle locale, constitue un enjeu fondamental pour les fromages d'appellation, dans la mesure où il conditionne la diffusion de leur image. A ce titre, en dépit de démarches parfois poussées, l'intégration par les professionnels AOC de la logique touristique apparaît encore largement fragmentaire, en amont comme en aval des filières : *"Il faut se battre contre de fausses*

---

<sup>532</sup> Une responsable de l'association des Sites Remarquables du Goût.

notions comme la concurrence par exemple. Là, il y a un magasin qui s'ouvre chez un fermier, et il y a la peur de la concurrence, au sein même de la coopérative"<sup>533</sup>. L'acquisition de cette logique semble passer par la mise en place de formations spécifiques permettant aux professionnels d'être capables de parler aux touristes de leur produit dans des termes adéquats. Des réflexions sur le contenu des messages s'avèrent donc nécessaires : *"Il faut que les producteurs soient fiers de ce qu'ils font, qu'ils s'approprient l'AOC et qu'ils puissent se mobiliser sur des actions de promotion. Il faut qu'ils soient prêts à accueillir, à parler de leur produit. On a fait des formations pour l'accueil à la ferme sur le discours à tenir, les attentes des consommateurs"*<sup>534</sup>. Face à cette lente évolution, les attentes des acteurs du tourisme convergent effectivement vers le besoin d'un minimum de professionnalisation des agriculteurs : *"Aujourd'hui, ça bricole. Il faut peut-être passer un message de professionnalisation de l'accueil touristique. Les deux leitmotivs, ce sont la qualité et la professionnalisation, il faut accentuer la tendance dans ces deux domaines"*<sup>535</sup>. De nombreux interlocuteurs touristiques déplorent en outre le manque d'implication de la profession agricole, qui s'explique par une disponibilité insuffisante. C'est précisément ce type récurrent d'incompréhension qui peut se révéler néfaste :

- *"Quand on sollicite les professionnels pour des visites ou des fromages, on a du mal à les mobiliser. Ce sont toujours les mêmes, et lorsqu'ils ne peuvent pas, alors on n'est pas en mesure de répondre à la demande, qui existe bel et bien"*<sup>536</sup>,
- *"la grosse difficulté réside dans l'inertie des filières. Pour une opération de communication, il faut trouver des producteurs, il faut trouver des produits, ça se prépare à l'avance, et ça, les offices de tourisme ont du mal à le comprendre. Donc on a besoin de travailler avec eux et de se comprendre. L'activité agricole a ses contraintes qu'on ne peut pas contourner"*<sup>537</sup>.

Mis en évidence par les analyses de terrain, le caractère contrasté des relations entre agriculture et tourisme s'explique par le fait qu'elles tiennent d'abord à des individus, plus ou moins motivés et conscients des enjeux en la matière. Les discours pointent également des besoins touristiques forts, tant sur le plan quantitatif que qualitatif. Le renforcement des liens passe donc effectivement par une meilleure intégration des contraintes inhérentes à chaque profession. Le développement observé des formations à destination des professionnels constitue de ce point de vue une évolution positive.

Dans un registre plus spécifique, les restaurateurs sont des partenaires privilégiés des filières AOC, dans la mesure où ils sont des ambassadeurs potentiels du produit. En dépit de démarches parfois très abouties observées ponctuellement (Roquefort, Camembert de Normandie), de nombreuses difficultés de compréhension, et donc de coordination, demeurent. Ces difficultés renvoient à divers facteurs. Ainsi, l'offre en fromages des restaurateurs ne comporte pas de manière automatique les produits AOC de leur région. Les coûts souvent élevés, ou le manque de volonté, expliquent ces situations, que l'on retrouve sur tous les terrains d'étude : *"On est dans un système de restauration facile. Les restaurateurs n'ont pas besoin d'avoir un plateau de fromages attractif pour avoir du monde chez eux. La difficulté serait plutôt de trouver une place dans un restaurant. Donc, c'est très difficile pour*

<sup>533</sup> Une productrice de lait en Savoie.

<sup>534</sup> Une technicienne du syndicat du Crottin de Chavignol.

<sup>535</sup> Un responsable d'office de tourisme en Région Centre.

<sup>536</sup> Un responsable d'office de tourisme en Haute-Savoie.

<sup>537</sup> Un responsable de syndicat AOC en Basse-Normandie.

*nous de travailler avec ces gens là*"<sup>538</sup>. Il est en revanche notable de constater que parfois, l'absence de partenariat s'explique par des problèmes d'approvisionnement :

- *"On a quelques restaurateurs qui souhaitent défendre les produits du terroir, mais ils ont des difficultés à assurer une offre terroir totale et complète au fil de l'année, parce qu'ils ne disposent pas des produits qui le leur permettraient, parce qu'on n'est pas toujours capable de fournir, et ça, c'est problématique"*<sup>539</sup>,
- *"On peut citer un restaurateur qui avait décidé d'avoir une carte des fromages, pour les conseiller selon les plats. Il avait eu ensuite la dent très dure contre les producteurs. Il disait qu'ils n'avaient aucun sens commercial, qu'ils ne lui avaient pas laissé de fromage en cadeau"*<sup>540</sup>.

Ces extraits illustrent parfaitement les problèmes de coordination rencontrés par les interlocuteurs, et révèlent là encore la nécessité de dialogue entre des professions aux rythmes très différents : *"Les restaurateurs sont des gens qui ne fonctionnent pas de la même façon. Ils vont dire que les producteurs fermiers ou les fromagers ne livrent jamais à l'heure et préfèrent passer par un grossiste qui va leur amener à heure fixe des produits différents. Les producteurs vont dire que les restaurateurs commandent au dernier moment, le samedi matin à dix heures pour midi. Il y a des producteurs qui n'aiment pas du tout avoir un rôle commercial. Ils sont agriculteurs et ne veulent surtout pas avoir une étiquette de commerçant, qui pour eux est honteuse. On se demande parfois si c'est possible à faire, parce que ce sont des univers opposés"*<sup>541</sup>. Ainsi, même si elle ne concerne que les restaurateurs engagés dans une démarche qualitative spécifique (catégorie loin d'être majoritaire), la mise en place de synergies se révèle indispensable pour renforcer l'offre territoriale AOC et mobiliser au mieux cette profession si stratégique pour la valorisation des produits alimentaires se réclamant d'une origine, même si les volumes commercialisés sous cette forme demeurent peu importants. Par ailleurs, l'éventuelle nécessité de constituer un plateau de fromages doit également amener les restaurateurs à réfléchir à une échelle pertinente et cohérente.

Dernier type d'acteur à être évoqué ici, les viticulteurs présentent la particularité d'appartenir aux aussi à des filières d'appellation, et donc de relever également de la sphère agricole. En outre, le vin et le fromage sont fréquemment associés dans l'imaginaire des consommateurs comme deux composantes du patrimoine français. Toutefois, en dépit de cette apparente proximité, la mise en synergie de ces deux produits est loin d'être aisée et pose de nombreuses questions. Comme pour les autres acteurs, les contacts entre viticulteurs et fromagers relèvent majoritairement de relations individuelles, et concernent encore peu les organisations dans leur ensemble (syndicats de produit, fédérations...). Cette situation tient en partie à l'ampleur économique souvent déséquilibrée des deux activités dans une même région. Ainsi, nous avons vu que la production caprine avait un poids négligeable face à la viticulture en Région Centre. Cette situation est totalement inversée dans les Savoies, où les vins ne représentent qu'une part toute relative de l'activité agricole des deux départements. Plus précisément, les problématiques viticole et fromagère divergent en de nombreux points, ce qui rend un rapprochement souvent difficile : *"La viticulture et l'élevage laitier sont deux cultures et deux mondes différents. On est peu amené à être en concertation car on n'a pas*

---

<sup>538</sup> Un responsable de syndicat AOC en Savoie.

<sup>539</sup> Un responsable de fromagerie dans le Sud-Aveyron.

<sup>540</sup> Un producteur de lait en Basse-Normandie.

<sup>541</sup> Un responsable de fromagerie en Basse-Normandie.



*forcément d'affinité. Chez nous en tout cas, les viticulteurs agissent avant tout en fonction de stratégies individuelles, et sont peu enclins à l'action collective"*<sup>542</sup>.

Ces divergences sont en premier lieu techniques, et renvoient au processus même de transformation de la matière première. Ainsi, les fromages à affinage court apparaissent par exemple comme des denrées périssables et fabriquées de manière journalière. Le vin se caractérise quant à lui par une conservation beaucoup plus longue. Ces contraintes conditionnent également la problématique commerciale des deux produits : *"Les fromagers n'ont pas la même mentalité de commercialisation et de communication que les viticulteurs. C'est très facile à comprendre : un fromager fermier commercialise essentiellement sur la zone, et très peu à l'extérieur. Tous les producteurs de vins commercialisent à l'extérieur de la zone, voire à l'export. C'est complètement différent. La commercialisation d'un vin demande plus de temps que la commercialisation de fromages où l'on va faire les marchés"*<sup>543</sup>. Ces situations disparates ne sont donc pas de nature à contribuer à un décloisonnement entre les deux activités : *"On ne se connaît pas du tout. D'ailleurs, ce qui est incroyable, c'est qu'on a un permanent qui fait 50 % du temps dans les deux produits, on ne connaît pas les producteurs. On n'a aucune expérience viticole, on ne connaît même pas trop les assemblages, c'est un peu dommage, mais c'est complètement de notre faute"*<sup>544</sup>. En conclusion, comme pour les acteurs du tourisme et les restaurateurs, l'analyse des liens entre viticulteurs et fromagers met en évidence l'intérêt d'une connaissance réciproque des contraintes de chacun, connaissance qui serait une étape préliminaire à la coopération : *"Ça devrait être automatique, à chaque fois qu'on vend une bouteille de vin, il faut qu'on pense au fromage, et vice-versa, il faut essayer de trouver la synergie"*<sup>545</sup>. Fréquemment observée, la relative absence de besoin des producteurs de vin – comme de cidre – s'explique par une commercialisation pour l'instant encore moins délicate que pour les fromages. La concurrence viticole accrue à l'échelle mondiale, renforcée par les contraintes sur la commercialisation et la promotion (loi Evin), pourrait inciter à davantage de coopération dans les années à venir.

Ces trois aspects illustrent quoi qu'il en soit toute l'importance de la notion de dialogue professionnel proposée en introduction. Qu'elle implique des filières AOC ou non, l'éventuelle réussite du processus de développement territorial dépend selon nous directement de ce dialogue plurisectoriel réalisé dans un cadre territorial. Différentes observations montrent que les acteurs sont de plus en plus préoccupés par cette difficile synthèse, comme en témoigne la relance des sites du goût évoqués plus haut, ou encore l'association "Terroirs et Cultures", à laquelle il a été fait référence dans le chapitre 3. Enfin, l'analyse en termes d'ancrage a également montré que le rapport de force économique entre les différentes activités conditionnait en partie la nature de leur relation. Ainsi, dans la mise en place d'un partenariat, les acteurs qu'il faut convaincre sont à chaque fois différents. En Basse-Normandie comme dans le Centre, les professionnels des filières fromagères AOC doivent faire la preuve du bien fondé des démarches auprès des opérateurs touristiques et des autres professionnels (viticulteurs), dont l'intérêt pour une coopération est moins évident, comme en atteste la réflexion de cet affineur : *"Les viticulteurs font souvent des interventions communicantes en apportant du Chavignol. On ne leur rapporte pas beaucoup, mais j'ose penser qu'ils vendent mieux leur vin grâce à nous. Nous, on s'en va quelque part, on appelle le syndicat pour qu'ils nous donnent du vin. Mais le produit emblématique, c'est le vin, ils ont la gentillesse de nous*

---

<sup>542</sup> Un responsable de la Chambre Départementale d'Agriculture de Haute-Savoie.

<sup>543</sup> Un responsable de syndicat AOC en Région Centre.

<sup>544</sup> Un producteur fermier de Valençay AOC.

<sup>545</sup> Un producteur de lait en Région Centre.

*laisser croire qu'on est important pour eux !*"<sup>546</sup>. A l'inverse, la prépondérance de l'activité fromagère à Roquefort a contraint les acteurs du tourisme à négocier durant des années pour convaincre les industriels de s'engager plus avant dans des démarches de partenariat.

#### **1.4. L'entrée par les acteurs privés, une clé de compréhension pour les élus dans la recherche d'une forme de gouvernance équilibrée**

Privilegiée dans notre recherche, l'entrée par les acteurs privés fournit paradoxalement aux acteurs publics des clés pour mieux intégrer les professionnels dans les politiques de développement, et éviter ainsi la prégnance d'une gouvernance publique, observée dans certains systèmes à l'échelle locale, prégnance qui constitue assurément une limite, voire peut se révéler néfaste. La nécessité de dialogue inclut également les élus, qui constituent une sphère à part entière, au même titre que les professionnels des filières ou les opérateurs touristiques. En outre, la prise en considération accrue des logiques privées (tourisme, agroalimentaire...) contribue à une meilleure connexion avec les attentes des touristes et des consommateurs, les démarches de valorisation territoriale ayant pour vocation de capter une demande. On a ainsi pu observer des démarches initiées par la sphère privée, ayant ensuite fait l'objet d'un processus d'institutionnalisation (de récupération ?) par les acteurs publics. Les problèmes susceptibles de survenir renvoient aux représentations divergentes des acteurs quant aux ressources mobilisées, l'appropriation de ressources "décrétées" étant très difficile.

Tel que nous l'envisageons, le renforcement du dialogue a donc pour but d'éviter que les démarches mises en place ne correspondent qu'à des "fantasmes d'élus"<sup>547</sup>, sous-tendues par des rigidités administratives. Notre approche par les acteurs privés met ainsi en évidence le caractère équilibré (public / privé) d'une forme de gouvernance comme facteur de réussite du processus de développement, à l'échelle régionale comme locale, les blocages observés étant très souvent liés à des relations déséquilibrées.

L'approche à caractère horizontal que nous avons développée dans cette partie se voulait être une contribution aux débats relatifs à l'appréhension du processus de développement territorial, et plus particulièrement à la coordination des acteurs. Les réflexions mettent l'accent sur la nécessité de concertation entre les différentes sphères d'activité, d'où l'expression de "dialogue professionnel", appréhendé ici comme un outil de réflexion élaboré à destination de l'ensemble des acteurs travaillant au développement, parmi lesquels figurent les élus et les agents de collectivité territoriale. Mis en place sur la base de projets communs, ce dialogue doit permettre une mutualisation des compétences et des savoir-faire sur un même territoire. Les professionnels du tourisme apportent en effet leur connaissance sur le positionnement des produits et des services proposés aux touristes et aux consommateurs, leur proximité vis-à-vis de la demande étant de ce point de vue un atout indéniable. Les professionnels des filières AOC fournissent quant à eux le "contenu" dans les opérations de communication, tandis que les élus locaux et les agents de développement sont les plus à même de construire les démarches, à travers leurs compétences dans l'ingénierie de projet et le montage des dossiers, ainsi que leurs prérogatives en matière de financement.

La propension davantage "verticale" de notre travail nous amène maintenant à envisager ces dynamiques du "point de vue" de notre objet d'étude et des acteurs qui la composent. Il s'agit désormais de nous interroger sur l'intérêt que peuvent avoir les

---

<sup>546</sup> Un affineur de Crottin de Chavignol AOC.

<sup>547</sup> Expression employée par deux interlocuteurs rencontrés sur deux terrains différents.

professionnels AOC à s'engager dans des démarches territoriales, à "faire du développement" en quelque sorte. A travers l'idée "d'intérêts potentiellement convergents", la partie suivante doit ainsi démontrer que l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement ne renvoie pas seulement à des enjeux territoriaux, mais se situe également au cœur des réflexions relatives à la pérennité des filières.

## **2. La mobilisation de ressources territoriales par les professionnels AOC vue à travers la notion d'intérêts potentiellement convergents**

Nous avons vu que pour les acteurs des filières AOC comme pour les autres professionnels, l'implication dans des démarches de coopération entre secteurs d'activité s'inscrivait dans une perspective de résolution de problèmes productifs spécifiques. L'une des clés de la réussite de cette coopération réside donc dans l'identification de ce que nous appelons les "intérêts potentiellement convergents". Il s'agit ici de s'intéresser davantage à la nature même des ressources, ainsi qu'aux processus visant à leur mobilisation. La réflexion vise à proposer des outils d'aide à la décision à destination des acteurs sur le terrain. Il s'agira donc dans un premier temps de revenir sur la pertinence de l'hypothèse relative au processus de développement, en mettant en évidence l'utilité des démarches territorialisées pour les professionnels AOC. Puis, nous ouvrirons la perspective en insistant sur la capacité des filières d'appellation à répondre aux préoccupations des autres acteurs du territoire. Enfin, le questionnement portera sur les différents types de ressources mobilisables par les professionnels AOC. La vocation opérationnelle de notre travail nous amènera enfin à proposer une grille d'évaluation des démarches fondées sur une coopération territoriale.

### **2.1. Les bénéfices des démarches territorialisées pour les filières AOC : vers la validation de la deuxième hypothèse relative au développement territorial**

Les chapitres précédents ont permis de mettre en évidence différentes formes de contribution des produits d'appellation aux territoires. En guise d'introduction de cette partie, il convient de souligner le caractère toujours indirect de ces contributions. En effet, la vocation première des acteurs des filières AOC réside dans la création de valeur ajoutée, à partir d'une activité de production et de transformation. Les entretiens montrent assez bien que leur engagement dans des démarches territoriales est toujours sous-tendu par des intérêts spécifiques. Quel que soit leur statut, les acteurs des filières espèrent toujours obtenir quelque chose en retour de leur implication. On est bien ici dans le "modèle du 8" proposé par S. Boisseaux et E. Stucki, dans lequel les producteurs affectent une partie de leur revenu au renouvellement des aménités territoriales, qui elles-mêmes contribuent à qualifier le produit (Boisseaux, Stucki, 2001). La contribution des filières AOC au développement territorial ne relève donc pas d'un acte désintéressé, mû uniquement par un sentiment identitaire, mais renvoie à une véritable démarche stratégique, où l'opportunité et le calcul jouent un rôle déterminant. Il apparaît ainsi que les bénéfices induits par l'engagement des acteurs dans des projets touristiques sont susceptibles de contribuer à renforcer la pérennité des filières. Caractérisés par des formes diverses, ces bénéfices méritent quelques approfondissements.

En amont des filières AOC, nous avons vu que des dispositifs plus ou moins aboutis de visite d'exploitation existaient dans les quatre régions enquêtées. Pour les producteurs, l'accueil de visiteurs implique certes des contraintes, mais procure un revenu supplémentaire, souvent déterminant dans le fonctionnement de l'exploitation. C'est toutefois rarement cet

aspect qui est mis en avant par les personnes rencontrées, mais le caractère valorisant du contact avec les visiteurs, dans un contexte d'isolement de plus en plus marqué : *"On ne s'est pas enrichi financièrement, mais ça a été très riche en contacts. On a rencontré plein de gens. Quand on est éleveur, on n'est finalement pas très ouvert au monde extérieur"*<sup>548</sup>. Les faibles densités observées dans le Sud-Aveyron tendent à exacerber cet isolement, les enjeux sociaux liés à l'accueil n'en sont donc que plus prégnants : *"J'ai mis longtemps à m'intégrer, ça a été très galère. L'isolement, j'avais besoin de ce contact. Moi, j'ai besoin de ça pour mon équilibre. Donc, j'ai cherché, je me suis investie dans beaucoup d'associations, notamment au niveau scolaire, toujours à la recherche de ce contact avec les gens. M'occuper des visites, c'est vite devenu vital"*<sup>549</sup>. Ainsi, l'ouverture des exploitations au tourisme contribue incontestablement à renforcer la valorisation du métier d'agriculteur, au même titre que l'AOC. La fierté professionnelle retirée de l'échange avec les touristes participe également à l'attractivité de la production laitière.

- *"Les gens, quand ils viennent, ils ont le temps de causer, et puis pas nous, parfois c'est dommage parce qu'ils viennent au moment de la traite. C'est bien, il faut parler avec les gens. Leur montrer ce qu'on fait. Parfois, ils s'imaginent des choses et sont surpris quand ils arrivent, ils nous le disent"*<sup>550</sup>,
- *"moi, je me consacre à eux pendant deux heures, le contact est différent, et c'est pour ça qu'ils disent tous "ne changez pas". J'en ai même qui reviennent, on a plaisir à revoir les gens, et puis le bouche-à-oreille fonctionne. Les gens, quand ils viennent ici, on les sort de leur contexte, ils sont complètement dépayés. Et on leur explique qu'on en vit quand même. Et après, ils en ont presque envie !"*<sup>551</sup>.

Cet échange constitue par ailleurs un vecteur indéniable dans la communication relative à la traçabilité des filières. L'enjeu de la visite consiste donc à rassurer : *"On leur explique qu'on est dans une démarche qualité, que c'est un produit au lait cru, et qu'aujourd'hui, on a quand même un cahier des charges strict. Les gens ont encore une image de l'agriculture d'autrefois. Ils sont surpris et ils repartent rassurés. Les gens sont aussi étonnés quand on leur dit que tous les jours, le lait est analysé. C'est une sécurité pour le consommateur. Et on leur dit que ça ne date pas d'aujourd'hui, qu'on a toujours fonctionné comme ça du fait qu'on travaille en lait cru"*<sup>552</sup>. Enfin, le contact avec les visiteurs est synonyme de contact avec la société dans son ensemble et de ses attentes. L'observation de certaines trajectoires a ainsi montré comment une démarche touristique avait remis en cause la vision du métier, et plus particulièrement du système fourrager : *"Pendant la première crise de l'ESB, je sentais qu'il y avait un climat d'incompréhension qui s'était instauré. Le maïs et tourteaux OGM sont devenus plus difficiles à "vendre", quand on regardait les étiquettes d'aliments, on n'était pas très clair c'est vrai. Ça m'a fait réfléchir, ça m'a fait prendre du recul sur la façon dont je travaillais. Et ça m'a finalement incité à changer. Ce n'est pas ça qui a décidé, mais ça a joué, c'est certain"*<sup>553</sup>.

En aval des filières, le thème de la valorisation du métier de fromager ou d'affineur apparaît de la même façon. En outre, le fait de montrer les différentes étapes de la transformation met l'accent sur l'importance des besoins de l'activité, et peut justifier dans

<sup>548</sup> Un producteur de lait AOC en Basse-Normandie.

<sup>549</sup> Une épouse d'éleveur de brebis dans le Sud-Aveyron.

<sup>550</sup> Un producteur fermier en Région Centre.

<sup>551</sup> Une épouse d'éleveur de brebis dans le Sud-Aveyron.

<sup>552</sup> Un producteur de lait de brebis dans le Sud-Aveyron.

<sup>553</sup> Un producteur de lait en Basse-Normandie.

l'esprit des consommateurs les prix élevés des fromages constatés en GMS : *"A chaque fois, les gens sont surpris. Ils n'avaient absolument pas l'idée de ce que c'était que la fabrication d'un fromage : le temps que ça demande, la main-d'œuvre. On leur montre que derrière il y a un prix, un fonctionnement"*<sup>554</sup>. La mise en valeur touristique de la fabrication contribue également à renforcer la notoriété locale et régionale de l'entreprise :

- *"Ça apporte une notoriété. Ça permet de se faire connaître tel qu'on est. Quand on fait visiter notre atelier à quelqu'un, les gens ne s'imaginent pas qu'on travaille encore comme ça. C'est là qu'ils prennent conscience qu'il y a un travail important de fait. Ça m'a donné un coup de pouce important ici. A une époque, c'était une marque connue, mais qui avait perdu sa notoriété de qualité, et ça l'a complètement relancée"*<sup>555</sup>,
- *"C'est important parce que c'est l'image d'un produit, d'une entreprise. C'est aussi pour prouver que dans l'esprit des consommateurs, la notion de produit AOC, de spécialité, se perd. Vous verriez le nombre de gens, même dans le troisième âge, ils s'imaginent que tout est fait à la machine. C'est une bonne promotion"*<sup>556</sup>.

D'une manière plus générale, la présence des transformateurs dans les manifestations locales est une source de légitimité, même si les retombées sont très difficiles à évaluer : *"Être noyé dans le paysage, c'est être incontournable, c'est une évidence. Ça ne viendrait pas à l'idée de quelqu'un qui fait une fête ou qui offre un cadeau de ne pas mettre du Beaufort. Des fois, ça ne nous rapporte rien, mais il faut le faire"*<sup>557</sup>.

Lorsque la fréquentation induite par la présence d'une AOC est importante (Roquefort, Beaufort), la promotion réalisée par ce biais prend une toute autre ampleur et peut s'inscrire en complément d'une communication à l'échelle nationale : *"Dans les AOC, comme on vend un savoir-faire et une région, la dimension touristique est importante, le touriste est un consommateur. Il est là. Quand je vois les millions qu'on balance pour une marque, c'est entre vingt et vingt-cinq millions de francs par an de pub à la télé. Vous êtes chez vous, peut-être en train de vous reposer. On vient vous chercher avec un spot. Donc quelque part, on va chez les gens les interpeller. Là, on a de la chance, ils viennent, et ils payent l'entrée, donc on n'a pas le droit de les décevoir. S'ils repartent contents, c'est qu'on fait du bon boulot, et là, on a des consommateurs fidélisés"*<sup>558</sup>. Le revenu tiré des visites (payantes) et de la vente des produits locaux est souvent marginal dans le chiffre d'affaires global de l'entreprise. Toutefois, l'exemple des coopératives de Savoie vient nuancer ce fait, puisque nous avons vu que la commercialisation des Beauforts dans les magasins de vente représentait en moyenne 20 à 30 % des volumes fabriqués (jusqu'à 60 % dans certaines petites structures), ce qui est sans équivalent dans les autres terrains, excepté dans le Centre, où certains affineurs parviennent à vendre jusqu'à 10 % de leur production en local. Ailleurs, la problématique commerciale se joue d'abord dans les circuits de distribution classiques, et principalement en GMS : *"Le tourisme, c'est une toute petite partie de solutions par rapport à des multitudes de solutions. C'est un bon à-côté, mais ce n'est pas ce qui fera tourner la boîte. Il ne faut pas rêver"*<sup>559</sup>.

En conclusion, l'intérêt des professionnels AOC à s'engager dans des démarches de qualification territoriale ne se limite pas à la seule dimension financière, même si cette

<sup>554</sup> Un fromager en Haute-Savoie.

<sup>555</sup> Un fromager en Basse-Normandie.

<sup>556</sup> Un affineur en région Centre.

<sup>557</sup> Un fromager en Savoie.

<sup>558</sup> Un responsable de fromagerie dans le Sud-Aveyron.

<sup>559</sup> Un fromager dans le Sud-Aveyron.

dernière peut être prépondérante lorsque le contexte touristique s'y prête. Par ce biais, les contacts entre exploitants agricoles et visiteurs contribuent à valoriser la perception du métier d'agriculteur. Les transformateurs y trouvent quant à eux une source supplémentaire de notoriété et de légitimité, notamment à l'échelle régionale. Ces résultats nous permettent de valider notre deuxième hypothèse relative à l'appréhension du développement comme réponse à des préoccupations sectorielles. La coopération entre tourisme et agriculture peut donc participer à la pérennité des filières d'appellation. Le contexte laitier actuel (baisse des prix d'intervention, baisse du prix du lait) devrait d'ailleurs renforcer la tendance d'ouverture territoriale observée. Cependant, comme nous le fait très justement remarquer le dernier interlocuteur, cette évolution n'est pas une solution miracle apte à résoudre les nombreux problèmes des filières. Elle apparaît au mieux comme un élément de réponse, susceptible d'être encore développée, dans la mesure où le sentiment dominant sur l'ensemble des terrains est celui d'un potentiel aujourd'hui insuffisamment exploité.

Les avantages potentiels de ces démarches ne concernent pas uniquement les professionnels AOC, mais peuvent également répondre aux préoccupations des autres acteurs du territoire (opérateurs touristiques, restaurateurs, élus locaux), dans la mesure où le fromage d'appellation peut constituer une ressource mobilisable par d'autres secteurs d'activité.

## **2.2. La capacité des AOC à répondre aux préoccupations des autres acteurs, fondement de la notion d'intérêts potentiellement convergents**

La propension des AOC à être mobilisées par des acteurs situés hors de la filière est une réalité. Pour les élus locaux comme les professionnels du tourisme, un produit alimentaire dit "traditionnel" induit un contenu supplémentaire au projet de développement, l'ajout de l'appellation accentue quant à lui le processus de différenciation. L'AOC suscite donc effectivement un engouement croissant de la part de ces acteurs. Sa capacité à s'inscrire dans leurs propres préoccupations en fait un outil développement à part entière. Nous avons ainsi vu comment l'obtention d'une appellation pouvait localement constituer un "facilitateur de coordination", susceptible de relancer une dynamique collective en déclin. L'exemple des Bauges est révélateur de ce processus, couplée au projet de parc naturel régional, la démarche AOC a permis de fédérer un grand nombre d'acteurs. Par ailleurs, le caractère structuré d'une filière AOC présente l'avantage pour les acteurs touristiques d'avoir affaire à un interlocuteur bien identifié (même si à l'échelle locale, on assiste le plus souvent à la mise en place de coopérations avec un interlocuteur particulier) : *"L'avantage pour nous, c'est que c'est bien organisé, on n'a pas à se creuser la tête pour savoir à qui on doit s'adresser. On a un interlocuteur qui a comme objectif de promouvoir un produit, ça simplifie"*<sup>560</sup>. L'AOC répond ici à une exigence forte, et se distingue dès lors des filières sans signe de qualité. Enfin, la capacité d'un produit AOC à élargir l'offre d'un territoire a été également soulignée :

- *"On apprécie toujours de travailler avec les fromagers. Ça permet de proposer autre chose à la clientèle"*<sup>561</sup>,
- *"c'est une accroche agréable pour nous d'avoir des AOC aussi fortes, parce que ça nous permet de communiquer sur le reste du département"*<sup>562</sup>.

<sup>560</sup> Un responsable de comité départemental de tourisme en Région Centre.

<sup>561</sup> Un responsable d'office de tourisme en Savoie.

<sup>562</sup> Un responsable d'office de tourisme en Basse-Normandie.

En dépit de son caractère parfois flou, le statut de l'appellation constitue dans cette perspective un atout dans l'identification du produit, et par-là même dans l'identification du territoire. La garantie de l'origine est en effet un gage de sérieux et de crédibilité : *"Ça nous apporte aussi une identité qui est reconnue, au moins par le marché français. Ça permet de se positionner. AOC, le public sait plus ou moins de quoi il s'agit, c'est un gage de qualité"*<sup>563</sup>. C'est donc la rencontre partielle entre les logiques sectorielles et territoriales qui nous amène à proposer ici l'idée "d'intérêts potentiellement convergents". Les produits AOC se révèlent être de remarquables instruments de qualification et de différenciation des paniers des biens définis par B. Pecqueur, dans la mesure où en tant que vecteurs gastronomiques, ils constituent une "valeur sûre", un moyen de découverte quasi-incontournable d'un territoire rural. Synthétisés dans le tableau ci-dessous, ces intérêts sont à envisager comme des sources possibles de motivation, et doivent favoriser la réussite des démarches, en compensant les contraintes mises en évidence dans les entretiens (manque de temps, absence de volonté...).

**Tableau 38 : les intérêts potentiellement convergents des acteurs dans les dynamiques de développement territorial**

	<b>Producteurs laitiers et fermiers AOC</b>	<b>Transformateurs AOC</b>	<b>Elus locaux, agents de développement</b>	<b>Opérateurs touristiques</b>
<b>Intérêt des démarches de coopération territoriale</b>	Revenus supplémentaires, lien social, valorisation du métier, prise de recul par rapport à l'activité (confrontation avec la société).	Chiffre d'affaires, valorisation du métier, renforcement de la notoriété / légitimité territoriale, outil de communication (traçabilité, image).	Relance de la dynamique collective, caractère structuré des filières, ...	Elargissement de l'offre touristique, spécification / différenciation de l'offre, garantie de sérieux, ...

Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.

Cette manière d'envisager le développement territorial réintroduit la notion de ressource, deuxième fondement du processus. Les analyses monographiques et l'approche comparative développées dans le chapitre précédent ont en effet permis de préciser encore davantage la nature de ces ressources, ainsi que les modalités de leur mobilisation par les acteurs. Afin de compléter notre réflexion sur le développement territorial, ce sont ces éléments qu'il convient de présenter maintenant, en insistant sur leur caractère opérationnel.

### **2.3. La nature des ressources territoriales et leurs modalités d'activation, contribution au débat à travers une grille d'évaluation des démarches agriculture / tourisme**

L'engagement des professionnels AOC dans des démarches territoriales s'apparente en effet à une stratégie de construction / mobilisation de ressources. Les travaux inscrits dans cette perspective mettent fréquemment l'accent sur la rupture induite par l'émergence de ces nouvelles stratégies dans le modèle agricole européen, désormais davantage fondé sur une logique territoriale. M. Gafsi, B. Legagneux et G. Nguyen identifient cinq types de ressources, désignées ici sous le terme de "capital", qui renvoient au fonctionnement de l'exploitation agricole : capital physique (biens matériels), capital humain (compétences...), capital commercial (constitution de clientèle), capital social (insertion dans une organisation) et

<sup>563</sup> Un responsable de CDT en Haute-Savoie.

capital naturel (ressources végétales et/ou animales) (Gafsi, Legagneux, Nguyen, 2004)<sup>564</sup>. Notre recherche entend contribuer à cet important débat relatif à la nature de ces ressources inscrites dans le développement. Le tableau suivant s'efforce de reprendre les différents types de ressources identifiées, faisant l'objet d'une activation par les professionnels AOC.

**Tableau 39 : AOC fromagères et ressources territoriales – proposition de typologie**

<b>Nature de la ressource</b>	<b>Remarques quant à leur mobilisation</b>
<b>Echelles territoriales porteuses</b>	Nécessité de cohérence entre les différents territoires mobilisés (pôle AOC / cœur de zone)
<b>Bassin de consommation local / régional</b>	Ressource jugée insuffisamment exploitée
<b>Population locale</b>	Nécessité de sensibiliser les résidents pour contribuer à une meilleure appropriation du produit
<b>Fréquentation touristique locale / régionale</b>	Potentiel encore largement sous-exploité, nécessité de s'interroger sur le positionnement des AOC vis-à-vis de l'offre touristique régionale
<b>Infrastructures / aménagements</b>	Nécessité de s'interroger sur les flux de population et sur la manière de capter ce flux
<b>Compétences territoriales</b>	Nécessité de faire appel aux personnes professionnelles compétentes

**Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.**

La mobilisation d'échelles territoriales est un constante quel que soit le terrain d'étude considéré. Le caractère porteur ou non de ces échelles détermine largement la stratégie de communication des acteurs, et de ce point de vue, nous avons vu que toutes les filières ne se valaient pas, certaines bénéficiant d'avantages comparatifs incontestables. Que l'on raisonne au niveau du "pôle AOC" ou du "cœur de zone", le souci doit toujours être celui de la cohérence et de la concertation entre les différents intervenants, ceci afin d'éviter des démarches contradictoires, voire concurrentes.

Historiquement, la consommation de fromages AOC se caractérise par une forte régionalisation. L'évolution des modes de vie et le développement des circuits de distribution modernes ont bouleversé cette situation en permettant à de nombreux produits de "sortir" de leur région d'origine. La consommation locale et régionale demeure malgré tout une caractéristique importante pour de nombreux fromages. La présence de bassins de population à proximité des zones de production constitue donc une opportunité souvent sous-estimée par les professionnels AOC. Cette donnée est cependant davantage intégrée aux stratégies de commercialisation, notamment sur les terrains où le potentiel est important<sup>565</sup>.

La population locale et régionale ne doit pas seulement être envisagée en termes de potentiel quantitatif. Les valeurs véhiculées par l'AOC (authenticité, tradition...) font du produit un intéressant vecteur de lien social, d'identité, qui se manifeste notamment au moment des fêtes locales qui lui sont dédiées. Si elle est appropriée par les habitants, la présence d'une appellation est de nature à renforcer leur perception positive du territoire, et

<sup>564</sup> Pour une autre typologie, le lecteur peut également se référer à l'article rédigé par L. Couzinet, J. Frayssignes, M. Pouzenc et J. Simonneaux (2002), où l'exemple du Lot met en lumière plusieurs types de ressources, appelées ici aménités : caractéristiques naturelles (cours d'eau, ensoleillement...), caractéristiques culturelles (savoir-faire, fête traditionnelle), externalités positives (paysage agricole attractif).

<sup>565</sup> Nous avons ainsi vu que les responsables des coopératives du Beaufort s'interrogeaient sur l'opportunité d'implanter des magasins de vente dans les agglomérations de la Région Rhône-Alpes.



d'eux-mêmes. Comme le souligne L. Barthe, cette prise de conscience apparaît comme un préalable indispensable à toute dynamique de développement (Barthe, 1998). C'est apparemment cette vision territoriale positive qui semble manquer à des régions comme l'Auvergne, comme l'atteste cet interlocuteur : *"L'image de l'Auvergne est plus difficile à travailler au niveau touristique que la Savoie, elle est plus vieillotte, plus "ringarde". Ça tient peut-être au climat ou au fait qu'il y a moins de monde. Mais à mon avis, c'est aussi l'image qu'ils ont d'eux. Il faut arrêter de dire qu'il n'y a pas d'autoroute, qu'il n'y a pas un bon climat, qu'Aurillac est la ville la plus froide de France. Ils n'arrivent pas à valoriser cela, les Auvergnats en général sont pessimistes et disent que tout fout le camp chez eux"*<sup>566</sup>. Ainsi, au-delà de son statut de consommateur, le résident peut devenir un ambassadeur du fromage, la sensibilisation de la population locale constitue donc un enjeu important.

La captation de la fréquentation touristique locale et régionale par les AOC se réalise à travers la mise en place de structures d'accueil et de vente (exploitations, fromageries), mais aussi à travers des partenariats avec les professionnels de ce secteur. Dans le tourisme rural, les dimensions agricole et gastronomique sont importantes, la caution que représente l'appellation constitue un outil de différenciation. Nous avons vu que les Savoies étaient un terrain particulièrement propice à la mobilisation de cette ressource. Toutefois, la fréquentation touristique concerne l'ensemble des régions françaises. Les questionnements sont donc relativement proches : *"Nous, producteurs, on pourrait peut-être plus aller promouvoir les produits, aller parler avec les consommateurs. Je pense que ça manque. Il y a des places où on n'est pas présent, où ça grouille de monde. On pourrait faire mieux"*<sup>567</sup>.

En lien avec la fréquentation touristique, la mobilisation des ressources liées aux infrastructures de transport s'avère tout aussi importante. Dans leur stratégie de promotion, les professionnels AOC doivent ainsi être attentifs aux flux de population qui transitent par leur territoire. Lorsque cela est possible, la présence d'une structure d'accueil dédiée aux produits locaux sur une aire d'autoroute doit par exemple être recherchée, afin de compléter une éventuelle signalétique, certes utile mais insuffisante. Les projets d'aménagements représentent donc des ressources potentielles à activer : *"Aujourd'hui, si on peut se mettre sur les "flux migratoires" : les aéroports, les gares, les métros. Moi je pense que quand on peut aller à la rencontre des gens, il faut le faire. Dans les aéroports, vous avez des gens aux revenus élevés qui sont disponibles, c'est l'occasion ou jamais. Une appellation qui a la chance d'être à proximité d'un grand aéroport, d'une aire d'autoroute, il faut exploiter cela. Ce sont des formidables outils de promotion des filières"*<sup>568</sup>.

Enfin, dans l'ensemble de ces stratégies d'activation de ressources, la mobilisation des compétences locales contribue à une meilleure efficacité des démarches. Qu'il s'agisse de compétences touristiques, techniques, ou d'ingénierie du développement, les acteurs apparaissent de mieux en mieux formés, et aptes à proposer leurs services aux professionnels AOC désireux de s'engager. C'est donc dans l'union de ces différents savoir-faire que se joue une partie de la réussite du processus de développement territorial.

Du point de vue des professionnels AOC, Cette réflexion sur les ressources territoriales s'avère fondamentale car elle ne s'inscrit pas uniquement dans une perspective de développement, mais questionne directement les conditions de réussite des filières. L'image de marque, la notoriété des produits, la problématique commerciale et le renouvellement des

<sup>566</sup> Un professionnel AOC en Haute-Savoie.

<sup>567</sup> Un producteur de lait en Basse-Normandie.

<sup>568</sup> Un professionnel AOC dans le Sud-Aveyron.

producteurs sont en effet plus ou moins concernés par la capacité des AOC à s'inscrire dans de telles démarches. Difficilement quantifiables, ces indicateurs n'en sont pas moins réels, même s'ils demeurent pour une grande part périphériques. Dans l'intention de fournir aux professionnels des outils d'aide à la décision sur cette thématique complexe, nous avons souhaité recenser les différentes démarches d'ouverture vers les autres acteurs du territoire. Réalisé à partir des entretiens, ce recensement se veut une grille de lecture permettant d'évaluer la capacité des filières à mobiliser les ressources territoriales, c'est-à-dire ici à proposer une offre touristique suffisante, cohérente et bien positionnée.

**Schéma 7 : les démarches concrètes d'ouverture touristique – proposition de grille de lecture**

- **Présence de structures de visite (exploitations, fromageries) dédiées aux touristes / résidents**
- **Présence de structures de vente (magasins) dédiées aux consommateurs locaux et extérieurs**
- **Mise en réseau de ces différents éléments au sein d'un dispositif plus élaboré (concept de route touristique) ; élargissement de la démarche à d'autres acteurs**
- **Existence d'un lieu central dédié à l'AOC, fédérateur de la filière et faisant office de "vitrine" pour les résidents, les touristes**
- **Organisation de manifestations locales mettant en scène le produit (festival, foire, marché...)**
- **Capacité à valoriser l'ensemble de la filière et non pas seulement le produit (structures de production, transformation, savoir-faire, activité économique, insertion dans le tissu local, races, paysages, utilité du métier d'agriculteur...)**
- **Orientation de la communication vers des cibles stratégiques spécifiques : écoles (initiation au goût et aux produits de terroir), formation agricole (valorisation du métier d'agriculteur...)**
- **Signalétique cohérente marquant l'espace ; identification d'un territoire porteur de sens, éventuellement distinct de l'aire AOC ; correspondance avec la réalité productive**
- **Capacité à se projeter sur l'extérieur (salons, foires...) par la mobilisation d'échelles territoriales plus larges**
- **Capacité des AOC à échanger leur expérience, à renforcer leur partenariat à l'échelle régionale, voire nationale**

Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.

Pour conclure cette question du développement, il est important de souligner la complexité du processus de construction / mobilisation de ressources. En tant que produit, les AOC fromagères constituent elles-mêmes des ressources mobilisables par les autres acteurs. La coordination de ces acteurs avec les professionnels des filières engendre elle aussi des ressources, qui peuvent prendre des formes très diverses (compétences productives, paniers de biens...). Enfin, nous venons de voir que le territoire en tant que tel était lui aussi porteur de ressources latentes, susceptibles d'être exploitées. Loin d'aller de soi, le développement territorial renvoie donc à un enchevêtrement de dynamiques, dont l'explicitation s'avère extrêmement délicate. En outre, l'analyse soulève deux questions fondamentales :

- d'une part, quelle est, à moyen et long terme, la pérennité de ces démarches ? La mise en compatibilité d'échelles d'actions différentes par des acteurs issus d'horizons eux aussi différents, et animés de préoccupations parfois contradictoires, constitue un obstacle souvent infranchissable dans l'émergence d'une dynamique collective. Cette difficulté à trouver "le plus petit dénominateur commun" met donc l'accent sur la nécessité de dialogue,
- d'autre part, peut-on envisager une reconnaissance de ces démarches par les politiques publiques, qu'elles soient territoriales ou sectorielles ? La contribution au développement peut-elle être appréhendée comme une procédure multifonctionnelle (deuxième pilier de la PAC), au même titre que la protection de l'environnement ? Dans le même ordre d'idées, la coopération entre agriculture et tourisme peut-elle faire l'objet d'une reconnaissance institutionnelle dans le cadre de structures intercommunales (pays, parcs naturels régionaux, communautés de communes), et bénéficier de ce fait de soutiens financiers et logistiques plus conséquents ? Au sein du réseau "Dolphins"<sup>569</sup>, les propositions visant à la mise en place d'une certification respectueuse du territoire du point de vue socioéconomique ("territorial friendly") s'inscrivent dans cette perspective.

C'est donc dans l'explicitation de ces mécanismes que se joue l'avenir de nombreux espaces ruraux soucieux de leur développement à partir des ressources locales. Si elles ne constituent pas un remède miracle, les AOC sont à même de fournir des éléments de réponse à une problématique de différenciation. Le sort des filières d'appellation apparaît donc intimement lié à celui des territoires dans lesquels elles sont inscrites.

Aussi fondamentaux soient-ils, les enjeux liés au développement s'inscrivent pour les professionnels AOC comme des questionnements à moyen et long terme. S'ils répondent à la nécessité de légitimation des filières, ces enjeux ne constituent pas à proprement parler des préoccupations immédiates. Liées à la spécificité organisationnelle des systèmes d'appellation, les questions relatives à la construction ou la révision du cahier des charges apparaissent en revanche prégnantes dans le quotidien des acteurs. Lorsqu'on les interroge sur leurs préoccupations principales, cette thématique émerge de manière quasi-automatique, quel que soit le terrain considéré. A priori perçue comme périphérique au sein de notre problématique, cette question s'est finalement révélée importante, dans la mesure où les conditions de production déterminent des conditions d'installation, et par-là même de développement agricole et de pérennité des bassins de production. Les trajectoires productives des quatre pôles AOC ont d'ailleurs confirmé cette idée. C'est pourquoi nous avons jugé nécessaire de nous interroger sur cette phase cruciale pour toute filière AOC, afin de montrer, là encore, les apports de l'ancrage territorial en termes de préconisations.

---

<sup>569</sup> Development of Origin Labelled Products, Humanity, Innovations and Sustainability.

### **III.L'ancrage territorial comme outil de clarification des discussions relatives à la révision du cahier des charges**

Ainsi que nous l'avions évoqué dans le chapitre 1, la reprise en main des AOC fromagères par l'INAO a induit pour les filières un questionnement sur les conditions de production et de transformation de la matière première, souvent peu ou pas précisées. Ce questionnement constitue pour les filières concernées un défi de taille, dans la mesure où dans les discussions commissions d'enquête de l'INAO, se joue une partie de l'avenir de l'activité laitière et fromagère AOC. Ces périodes de négociation sont fréquemment l'occasion de conflits entre les syndicats et l'administration, mais aussi au sein des syndicats eux-mêmes. L'éventuel renforcement de ce qui est souvent perçu comme des contraintes par les professionnels vient en effet s'ajouter à celles déjà existantes, dans un contexte laitier considéré comme toujours plus astreignant au vu de l'évolution de la société. L'explicitation des débats en cours dans les différentes régions montre notamment la spécificité des AOC dites "de plaine", caractérisées par une activité alternative à la production AOC (production laitière générique, céréales, viticulture). Malgré tout, les autres pôles de notre échantillon sont également concernés par ces questions, le problème apparaît donc transversal.

En mettant l'accent sur les équilibres fragiles entre contraintes productives, recherche de typicité et impératifs commerciaux, notre approche se révèle pertinente pour rendre compte des logiques à l'œuvre, et peut fournir aux professionnels des pistes de réflexion aptes à orienter leurs choix. Il apparaît que la révision du cahier des charges ne peut s'appréhender uniquement à travers le lien au terroir. Les multiples missions assignées aux AOC (maintien de l'activité, information aux consommateurs) nécessitent une vision du problème élargie à d'autres dimensions. Ainsi, après avoir précisé le cadre dans lequel se déroulent les négociations, et explicité le contexte inhérent à chaque terrain d'étude, l'analyse fine des discours des interlocuteurs permettra la construction d'un modèle destiné à rendre compte des logiques en présence et de leur confrontation, dans lequel chaque filière doit pouvoir se situer.

#### **1. Les enjeux liés au renforcement des règles de production dans les quatre pôles AOC : la recherche de compromis**

Souvent étalée sur plusieurs années, la période de révision du cahier des charges révèle les rapports de force au sein d'une filière d'appellation, mais donne également une idée de sa cohérence et de la capacité de concertation des acteurs. En effet, outre les éventuels désaccords entre l'INAO et le syndicat, le caractère conflictuel des relations tient à l'affrontement de logiques a priori inconciliables.

Dans un souci qualitatif, la nécessité de renforcer la typicité du produit, fondement de l'AOC, se heurte fréquemment à l'opposition de certains professionnels ne souhaitant – ou ne pouvant – modifier leurs pratiques productives. Ces oppositions sont en général plus visibles en amont des filières, dans la mesure où la logique inhérente à la révision du cahier des charges vient très souvent en contradiction avec l'évolution globale de l'activité agricole (modernisation, mécanisation, simplification des tâches...) : *"Ce sont ces fameuses trente années où il fallait faire de la quantité. La Pie Noire s'est imposée, de par les contraintes de travail. Surtout qu'on a un système qui n'avantage pas la Normande puisqu'on raisonne*

*toujours au litre de lait dans les calculs économiques*"<sup>570</sup>. Parfois même, le renforcement des conditions de production est perçu comme un "retour en arrière" impossible du fait de la trajectoire technico-économique des exploitations : *"On a nos habitudes de fonctionnement. Et puis si je prends mon cas personnel, je voudrais changer de système, je ne peux pas. On a fait la mise aux normes il y a trois ans, on a repris des emprunts sur douze ans. La barque est chargée, ça va mais on ne peut plus réinvestir. Il y a deux types de fermes : celles qui ont fait la mise aux normes, qui sont serrées et qui ne peuvent plus investir, et il y a celles qui ne l'ont pas encore faite, et qui ont comme priorité de la faire. Et celles-là, elles ne vont pas pouvoir réinvestir tout de suite après"*. Les entretiens réalisés en Basse-Normandie et dans le Centre ont montré que ce problème était particulièrement prégnant dans les AOC situées en plaine. Concrètement, des conditions de production trop contraignantes pourraient amener les éleveurs qui en ont la possibilité à livrer leur lait à une autre entreprise, voire à changer d'orientation. Dans les deux cas, c'est la pérennité même des filières qui serait mise en péril : *"Si vous êtes trop exigeants, ça devient difficile. Nous n'avons pas la marge de manœuvre pour inciter suffisamment les producteurs. Dans le Jura ou en Savoie, les gars sont obligés de rentrer dans le cahier des charges, sinon, personne ne prend leur lait. Donc ils sont contraints de faire des efforts. Ici, les gens, si on les embête trop, ils changent de laiterie. On est en position de faiblesse. C'est la caractéristique de toutes les AOC de plaine"*<sup>571</sup>.

Historiquement créées par les transformateurs, les AOC bas-normandes ne se sont intéressées que très récemment aux conditions de production de la matière première. Les discussions en cours, qui viennent d'aboutir pour le Camembert de Normandie, concernaient d'une part la place de l'herbe dans l'alimentation des animaux (et la limitation du recours à l'ensilage), et d'autre part la proportion de vaches de race normande dans le cheptel<sup>572</sup>. En Région Centre, la problématique est comparable sur certains aspects, l'idée générale est de préciser les conditions de production de la matière première, aujourd'hui non définie, excepté dans l'AOC Valençay obtenue en 1998. Même si la remise en cause apparaît moins "brutale" qu'en Basse-Normandie, la volonté de replacer le pâturage et l'alimentation à l'herbe au cœur des pratiques pose problème à de nombreux éleveurs ne disposant pas des surfaces fourragères nécessaires. L'activité caprine revêt malgré tout des spécificités, dans la mesure où la périodicité de la production laitière impose des reports de matière première, soit sous la forme de caillé congelé, soit par un désaisonnement des animaux<sup>573</sup>. Ces deux pratiques sont quoi qu'il en soit questionnées à propos de leur caractère traditionnel. Pour autant, le contexte conflictuel de la révision n'est pas l'apanage des AOC de plaine. Des débats très vifs ont ainsi eu lieu dans les Savoies, notamment à propos des races et de la congélation du caillé, de même que dans le Sud-Aveyron au niveau de l'autonomie fourragère des exploitations et du recours à l'ensilage. C'est malgré tout en Basse-Normandie et dans le Centre que les affrontements ont été les plus intéressants à observer, puisqu'ils constituaient le plus souvent l'actualité immédiate des acteurs. Ce contexte introduit la nécessité de parvenir à des compromis acceptables. C'est cette recherche qui anime les réflexions des professionnels :

<sup>570</sup> Un producteur de lait en Basse-Normandie.

<sup>571</sup> Un transformateur laitier en Basse-Normandie.

<sup>572</sup> Le dossier du Camembert de Normandie vient en effet de passer devant le CNPL : d'ici cinq ans, toutes les exploitations devront compter au moins 10 % de vaches Normandes (20 % à l'horizon de dix ans).

<sup>573</sup> En production caprine, le désaisonnement consiste à "faire croire" à la chèvre que l'on est en automne – saison sexuelle naturelle de l'animal – alors qu'en réalité, nous ne sommes qu'au printemps. Cette pratique se réalise à travers des programmes lumineux dans les chèvreries (rythme du soleil), auxquels peut être associée l'utilisation de bâtonnets hormonaux (mélatonine).

- *"L'idée, c'est de renforcer l'appellation, mais sans fragiliser ce qui existe. Il faut que les exploitants puissent accéder assez facilement aux nouvelles conditions. Il faut que tout le monde puisse le faire si c'est un souhait. Il ne faut pas exclure des gens. Les laiteries c'est pareil. Il ne faut pas les fragiliser"*<sup>574</sup>,
- *"Il faut se donner des contraintes, ça, c'est le raisonnement de base. On dit que plus on va se donner des contraintes et plus on va avoir une récompense et on va pouvoir valoriser nos produits sur le marché. Ce n'est pas tout faux, mais il y a un marché. Il y a une espèce de compromis à trouver. Il ne faut pas faire n'importe quoi. Il faut faire ce qu'on peut faire et ne pas se fixer des objectifs hors d'atteindre. La démarche de l'appellation, c'est une démarche de longue haleine, on travaille plus pour nos enfants que pour nous-mêmes"*<sup>575</sup>.

## **2. L'analyse des discours pour construire un modèle destiné à rendre compte des logiques à l'œuvre et de leur confrontation**

L'analyse qualitative du discours des interlocuteurs consacré au thème du cahier des charges nous a permis d'élaborer un modèle rendant compte d'une part des logiques à l'œuvre dans les négociations, et d'autre part de leur confrontation. Ce sont donc ces deux éléments qu'il convient d'examiner, après avoir explicité le modèle lui-même.

### **2.1. Entre territoire, produit et marché, les logiques qui président à la construction du cahier des charges**

Même si les questionnements diffèrent d'un terrain à l'autre et d'une filière AOC à l'autre, le principe de base reste constamment fondé sur le respect d'un équilibre entre les contraintes productives des professionnels et la nécessaire recherche de qualité et de typicité. En effet, le renforcement des contraintes de production ne doit pas se réaliser au détriment de la pérennité des unités économiques, ni remettre en cause les conditions de travail des éleveurs (astreinte). A l'inverse, la volonté d'instaurer le moins de contraintes possibles en vue d'exclure le moins d'intervenants possible n'est pas non plus souhaitable si elle remet en cause le fondement même du produit. Par ailleurs, les entretiens mettent en évidence un troisième facteur fondamental : le marché, qui constitue un cadre dont les produits – AOC ou non – ne peuvent s'extraire. Ainsi, dans le souci de contribuer à une différenciation accrue, les acteurs peuvent être tentés de définir au mieux ses conditions de production et de transformation, ceci dans la perspective d'accroître sa valorisation, tant au niveau du prix du lait que du prix du fromage. Les faits montrent que si cette vision n'est pas entièrement fausse, elle demeure réductrice dans la mesure où le lien entre typicité et valorisation est loin d'être automatique. Pour le lait comme pour le fromage, le critère déterminant est incontestablement celui du différentiel entre produit AOC et produit générique, différentiel qui n'est pas extensible. Les AOC fromagères ne sont pas seulement ancrées à des territoires, elles sont aussi liées à un environnement économique et commercial<sup>576</sup>.

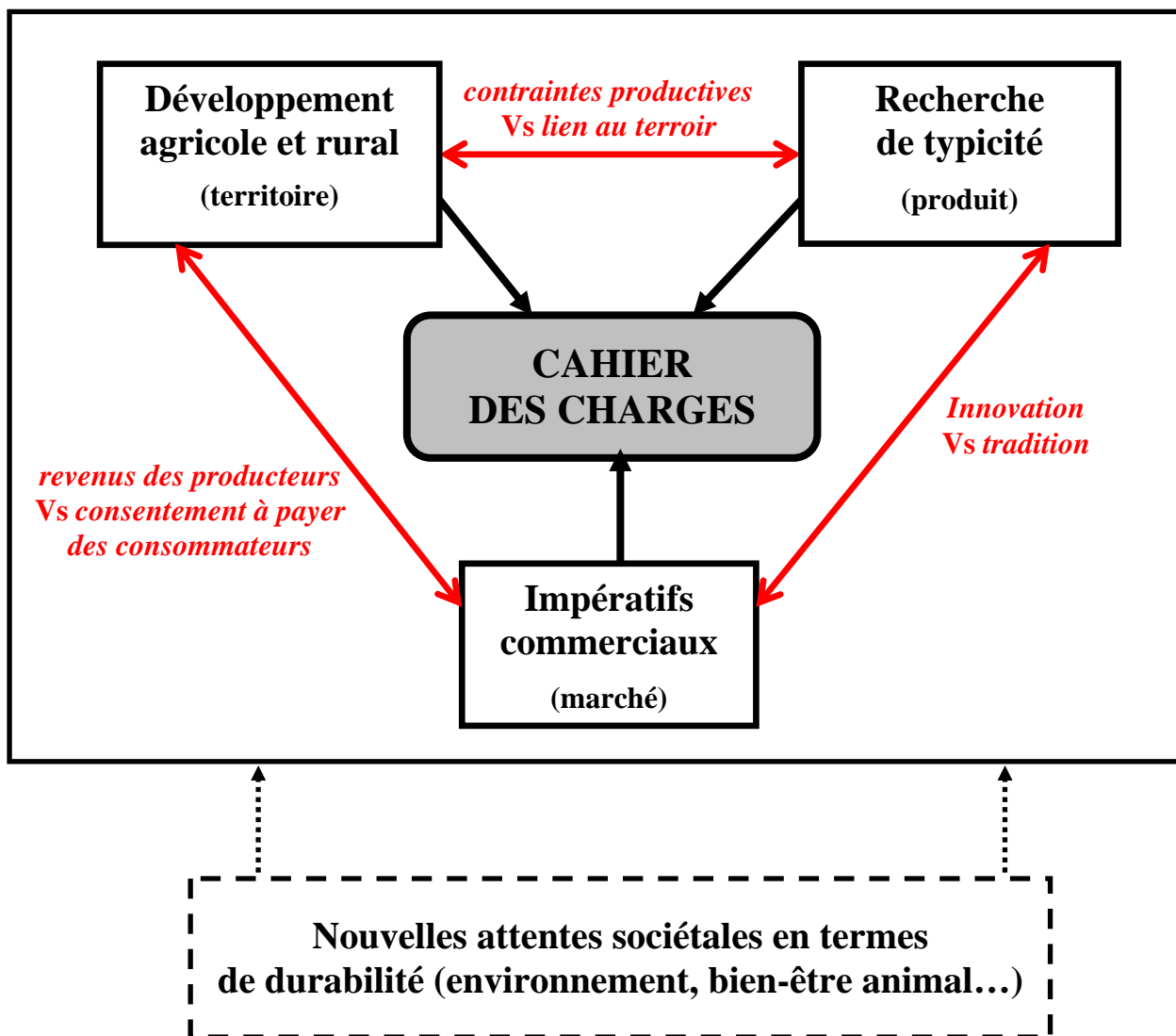
<sup>574</sup> Un producteur de lait en Basse-Normandie.

<sup>575</sup> Un responsable de syndicat en Région Centre

<sup>576</sup> Cette question s'avère extrêmement complexe et loin d'être tranchée. De nombreux professionnels constatent avec raison que dans les faits, les exemples de bonne valorisation de la matière première concernent en premier lieu les produits dotés de cahiers des charges stricts (Savoies, Jura).

En définitive, le produit d'appellation ne peut être considéré isolément, indépendamment des dynamiques territoriales (activité agricole, élevage, contexte foncier...). De la même façon qu'il a été mobilisé pour rendre compte des logiques de développement, le modèle fondé sur l'ancrage doit également l'être pour appréhender cette problématique spécifique aux AOC. Afin de voir plus clair dans cet enchevêtrement, il nous a semblé pertinent de synthétiser ces trois logiques (typicité, contraintes productives et marché) dans un schéma, et de faire apparaître les dynamiques qui président à leur affrontement à partir du discours des acteurs. Ce schéma s'inscrit comme une contribution au débat, chaque produit d'appellation devant pouvoir se positionner en fonction de sa propre situation<sup>577</sup>.

**Schéma 8 : les logiques de construction / révision du cahier des charges AOC**



Réalisé par J. Frayssignes, 2004.

Ce sont donc trois logiques distinctes qui concourent à la construction, ou la révision, du cahier des charges. Les contraintes productives sont ici appréhendées par rapport à la

<sup>577</sup> Même si elle concerne en premier lieu les appellations fromagères, notre réflexion peut être étendue à d'autres produits, notamment les vins. L'actualité récente témoigne en effet d'une volonté de certaines AOC viticoles de réduire les rendements à l'hectare pour diminuer la production, et éviter ainsi une baisse trop importante des prix, dans un contexte de concurrence internationale accrue. Ces mesures ne sont pas du goût de certains producteurs, qui n'éprouvent aucune difficulté d'écoulement. On retrouve bien ici l'affrontement entre les trois logiques.

pérennité de l'activité, c'est-à-dire du développement agricole (exploitations) et rural (emplois industriels). Dans cette perspective, il s'agit de mettre les professionnels au centre des réflexions et de faire en sorte d'exclure le moins de personnes possible. La recherche de typicité renvoie à une volonté de définir précisément le produit, afin de le démarquer au mieux (conditions de production et de transformation). Enfin, les impératifs commerciaux sont relativement proches de la cité marchande identifiée par les conventionnalistes L. Boltanski et L. Thévenot (1987), car fondés sur la praticité, l'innovation et la capacité de réponse aux attentes des consommateurs. En rouge, sont représentées les affrontements entre ces trois logiques, et autour desquels se joue la négociation. Enfin, nous avons jugé pertinent de faire apparaître (en pointillé en dessous) une quatrième "logique", basée sur les attentes émergentes de la société, sans toutefois la placer au même niveau que les autres. Ce choix s'explique par le fait que nous avons affaire à des dynamiques (encore) disparates, plus difficile à cerner dans la mesure où elles ne viennent pas toujours en opposition directe avec les autres logiques. Il s'agit en fait d'un élément englobant, qui ne conditionne pas de manière frontale la construction, mais infléchit le discours des acteurs de manière significative.

Cette appréhension du processus de construction du cahier des charges permet selon nous d'enrichir les travaux conventionnalistes consacrés aux filières AOC. Dès 1987, P. Boisard et M. Letablier avaient mis en évidence à propos du Camembert la coexistence entre deux modèles productifs axés sur deux conceptions de la qualité relativement éloignées :

- un modèle dit "domestique", basé sur la tradition, les relations interpersonnelles et une qualité gustative (Camembert de Normandie AOC),
- un modèle industriel, fondé sur la rentabilité, la standardisation, l'anonymat et des circuits de distribution de masse, la qualité devenant alors objective et mesurable (Camembert fabriqué en Normandie) (Boisard, Letablier, 1987).

Notre recherche ne raisonne pas en termes de modèles, mais met directement en évidence les logiques primaires qui président aux représentations des acteurs. De plus, ce schéma n'a pas vocation à rendre compte de la confrontation entre le produit AOC et son homologue générique, mais des dynamiques à l'œuvre au sein même de l'AOC. La spécificité des produits d'appellation vis-à-vis des produits marqués est à nouveau démontrée. Sans nier la dimension marchande, la présence d'une appellation induit une nécessité de compromis entre des logiques différentes, voire divergentes (développement agricole, typicité, durabilité, bien-être animal...). Si la satisfaction de la demande est une finalité évidente, elle doit se réaliser dans le cadre d'un produit préalablement défini, et par rapport à des contraintes<sup>578</sup>. Observées dans certaines AOC, les stratégies de segmentation<sup>579</sup> peuvent aussi bien relever de la sphère marchande que des règles de production, mais s'élaborent (en principe) dans le respect du produit originel. Il convient désormais d'explicitier les discours qui sont à l'origine de sa construction, d'abord dans les logiques, puis dans leur confrontation.

---

<sup>578</sup> On retrouve la formule utilisée dans le chapitre 2 : "Vendre ce que l'on a produit, et non pas produire ce que l'on veut vendre".

<sup>579</sup> Roquefort "Baragnaudes", Beaufort "chalet alpage"...



## 2.2. Une première explicitation du modèle à travers les discours : les logiques

Le tableau suivant reprend les trois logiques, en précisant pour chacune d'entre elles le principe de base, des exemples de mesures concrètes et un extrait d'entretien représentatif.

**Tableau 40 : la caractérisation des logiques inhérentes à la construction du cahier des charges**

	<b>Développement agricole et rural</b>	<b>Typicité</b>	<b>Impératifs commerciaux</b>
<b>Principes de base</b>	Défense des unités de production, de transformation et des conditions de travail, pérennité économique de la filière (installation)	Différenciation du produit, rareté conservation d'un patrimoine,	Adaptation du produit aux exigences du marché (consommateurs, GMS)
<b>Exemples de mesures concrètes</b>	Autorisation de mesures permettant la simplification du travail en exploitation (ensilage, désaisonnement) et en fromagerie (techniques de report, mécanisation, pasteurisation, thermisation, microfiltration...)	Interdiction de pratiques jugées non conformes avec la tradition : ensilage, congélation du caillé, instauration de règles spécifiques : durée d'affinage, pâturage, gestes manuels...	Mécanisation, baisse des coûts de production, partenariats avec la grande distribution (Filière Qualité Carrefour), innovations technologiques (conditionnement)
<b>Discours significatif</b>	<i>"En fait, on ne devrait rien s'interdire, pour que tout le monde puisse faire le produit. Il faut défendre les producteurs coûte que coûte, parce que sinon, il n'y en aura bientôt plus, et donc il n'y aura plus d'AOC. Il faut penser à l'avenir, à ceux qui arrivent après"</i> <sup>580</sup>	<i>"Une AOC, ça se mérite, c'est l'agriculture traditionnelle. C'est aux éleveurs de s'adapter au produit, et pas le contraire. On ne doit pas faire le choix de la facilité, sinon, que diront non enfants ?"</i> <sup>581</sup>	<i>"Il faut être présent en restauration collective et au libre service en mettant des petites portions. Si on ne trouve pas de solution, on est condamnés. L'AOC ne doit pas rester figée, sinon elle meurt"</i> <sup>582</sup>

Source : enquêtes de terrain, 2003-2004.

Les logiques de développement agricole et rural s'inscrivent dans l'évolution générale de l'agriculture, où la recherche de temps libre devient une préoccupation de plus en plus importante. Il s'agit donc de prendre en compte les contraintes des exploitants, et d'éviter que l'instauration d'une règle ne corresponde à une régression vis-à-vis cette évolution globale. Lorsqu'elle est prégnante, la problématique de renouvellement de la profession agricole (installation) participe largement à la construction de l'argumentaire du développement. Dans cette perspective, c'est l'AOC en tant qu'outil de maintien de l'activité économique qui est privilégiée, même si cela se révèle néfaste pour la conservation de la tradition : *"On ne va pas droit vers un mur mais on a un problème par rapport à l'installation des jeunes. Est-ce que les jeunes vont vouloir accepter de faire ce que nous faisons nous, ou ce qu'ont fait nos parents par rapport à leurs collègues qui sont aux trente-cinq heures ? Plus ça va, plus on met de contraintes, plus les contraintes sont difficiles à accepter. Entre deux jeunes qui travaillent, un s'installe sur une ferme et l'autre va travailler à côté. Celui qui est sur la ferme, s'il voit l'autre à côté qui finit souvent le jeudi soir, il se dit que lui il a encore trois*

<sup>580</sup> Un transformateur AOC.

<sup>581</sup> Un producteur fermier AOC.

<sup>582</sup> Un transformateur AOC.

*jours à bosser pour finir la semaine*"<sup>583</sup>. Cette logique a par exemple joué un rôle déterminant au moment de la modification de l'aire AOC Roquefort. Les négociations entre la Confédération et l'INAO ont été relativement longues dans la mesure où les professionnels, conscients de la nécessité de réduire la zone, souhaitaient malgré tout "récupérer" le plus de producteurs possible : *"Quelques producteurs "périphériques" du Tarn et de l'Aude sont exclus pour l'instant. On ne veut pas laisser faire ça. Nous on veut que tous les gens qui étaient producteurs jusqu'à aujourd'hui restent dans le système AOC. Même si un expert dit qu'au point de vue géologie, ce n'est pas tout à fait le même versant, le même grain de terre. On ne peut pas se permettre d'abandonner des gens qui ont trait toute leur vie pour Roquefort*"<sup>584</sup>. Les questions relatives à la pratique de l'ensilage se sont également posées par rapport à cette logique de défense de la profession et de maintien des exploitations : *"L'ensilage, dans des régions comme ici, ça a permis dans les années 1970-80 de se développer sur des petites surfaces, les gens sont devenus autonomes. Moi je suis un défenseur de l'ensilage parce que je suis du Ségala, et des gens qui sont autonomes au niveau de leur production, si on leur interdit ça... Il faut regarder qu'en face il faut pouvoir vivre"*.

La recherche de typicité est au fondement du produit d'appellation, et s'inscrit le plus souvent comme une "lutte" contre la modernisation des processus de production et de transformation laitière, ce qui occasionne de nombreux conflits. A noter que le discours inhérent à cette logique est loin d'être uniquement celui des agents de l'INAO rencontrés. De nombreux professionnels, en amont comme en aval des filières, sont de fervents défenseurs du respect des traditions : *"A long terme, les appellations qui souhaitent se donner le moins de contraintes sont celles qui réussissent le moins bien. On trouve ça dans les vins. L'AOC, c'est un droit, mais en aucun cas une obligation"*<sup>585</sup>. La volonté de retour à des pratiques traditionnelles s'est ainsi manifestée lors des discussions visant à refondre le décret Crottin de Chavignol. Un certain nombre d'acteurs étaient partisans d'une limitation des techniques modernes jugées néfastes en termes de qualité comme en termes de cohérence et d'image (ensilage, enrubannage), et de l'instauration d'une durée minimale de pâturage : *"On voyait bien qu'il y avait un certain nombre de dérives techniques : de plus en plus de gens gardaient les chèvres à l'intérieur, la taille des troupeaux augmentait très nettement, l'alimentation changeait beaucoup, des systèmes performants se mettaient en place, la race évoluait très fortement, il y avait de plus en plus de chèvres blanches sur la zone : ce n'était pas ça le Crottin de Chavignol"*<sup>586</sup>. Face à de vives oppositions, un compromis a pu être trouvé, et c'est l'herbe sous toutes ses formes (pâturage, foin) qui a finalement été privilégiée.

Enfin, les impératifs commerciaux renvoient directement au discours des acteurs en contact direct avec les exigences des consommateurs et de la grande distribution, c'est-à-dire principalement les transformateurs (privés et coopératifs) et les producteurs fermiers. La logique marchande qui sous-tend la gestion de l'AOC est finalement assez proche de celle d'un produit générique, confronté à une concurrence de plus en plus vive. C'est cette logique qui a par exemple contribué à l'apparition de nombreux produits AOC dans le libre service. Les grands intervenants des filières d'appellation ont su mettre au point des emballages performants, capables de préserver l'intégrité gustative du produit : *"L'exemple du lancement du "plateau dégustation Société" a révolutionné le marché du Roquefort au LS. Les fromages*

<sup>583</sup> Un producteur de lait en Basse-Normandie.

<sup>584</sup> Un producteur de lait dans le Sud-Aveyron. Cette logique explique le caractère fragmenté de l'aire AOC.

<sup>585</sup> Un producteur de lait en Région Centre.

<sup>586</sup> Un responsable professionnel dans la filière AOC Crottin de Chavignol.

*d'Auvergne ne sont pas encore au point. Le Cantal sous vide n'est pas bien noté dans les essais consommateurs que l'on fait. On y travaille encore, mais ce n'est pas satisfaisant*"<sup>587</sup>.

Enfin, il convient de dire un mot des attentes sociétales évoquées dans le schéma, et qui prennent une place de plus en plus importante dans les réflexions des acteurs. S'il est difficile d'identifier un principe de base, des exemples concrets peuvent en revanche être donnés, notamment en production caprine : sortie des chèvres en extérieur (conformité avec les attentes des touristes), suppression du désaisonnement (bien-être animal). Ces nouvelles exigences vont parfois dans le sens de la logique liée à la typicité, mais sans que la qualité du produit constitue un objectif. Ainsi, les discussions concernant la race des animaux ou le recours à certaines pratiques alimentaires sont -tendues par une recherche d'adéquation avec les représentations de la société vis-à-vis de l'activité agricole : *"Ce n'est pas politiquement correct de ne pas mettre que des vaches de race Normande et de parler trop du maïs. Ce n'est pas très tenable vis-à-vis des consommateurs. Ou alors on dit clairement qu'il faut exclure le moins possible de producteurs"*<sup>588</sup>. A l'avenir, des préoccupations émergentes telles que la santé pourraient jouer un rôle significatif dans ce processus de construction.

### **2.3. Une deuxième explicitation du modèle à travers les discours : les affrontement entre logiques**

L'analyse des négociations au sein d'une filière AOC met en scène des combinaisons entre ces logiques à chaque fois différentes. Il est néanmoins possible d'isoler la confrontation entre deux logiques et d'identifier les arguments en présence.

Concernant principalement l'amont des filières (production laitière), l'opposition entre les contraintes productives et la recherche de typicité est la plus fréquente dans la mesure où le nécessaire lien entre le produit AOC et son terroir s'accommode mal des pratiques productives modernes. L'exemple le plus significatif et le plus immédiat est assurément le débat déjà évoqué plus haut à propos du statut du pâturage dans l'AOC Crottin de Chavignol. Envisagé un temps, le recours obligatoire à l'herbe fraîche a suscité de très fortes oppositions et la mobilisation d'un grand nombre de producteurs de lait, mettant à mal l'unité de la filière. La remise en cause de certaines pratiques était en effet vécue comme une régression sociale par les producteurs, qui parfois même étaient dans l'incapacité matérielle de se mettre en conformité avec le projet : *"Retourner à l'herbe, c'est l'entretien des clôtures, c'est surveiller le troupeau, le climat, sauf à avoir des salariés, des exploitations modernes. La majorité ne pourra pas suivre"*<sup>589</sup>. Plus généralement, la plupart des mesures visant à renforcer la typicité des produits sont susceptibles d'entrer en contradiction avec la volonté d'amélioration des conditions de travail, dans les exploitations comme dans les entreprises. Citons par exemple le retour à des races locales (souvent moins performantes, et devant donc être plus nombreuses, ce qui occasionne du travail supplémentaire), la suppression de l'ensilage (nécessité de gestion des prairies) ou bien encore les opérations manuelles comme le moulage ou le retournement des fromages (pénibilité pour les salariés). Dans ces conditions, parvenir à des compromis se révèle délicat et nécessite des efforts de part et d'autre. Localement comme à l'échelle nationale, ce clivage est plus que jamais d'actualité, les débats qui ont eu lieu lors du dernier congrès de l'ANAOF soulignent cet antagonisme : *"Si on veut faire vivre des producteurs décemment et le mieux possible dans des territoires difficiles, on doit avoir l'ambition de*

---

<sup>587</sup> Un responsable du groupe Lactalis.

<sup>588</sup> Un technicien agricole en Basse-Normandie.

<sup>589</sup> Un producteur de lait dans la filière AOC Crottin de Chavignol.

*cahiers des charges clairement orientés vers le haut de gamme*"<sup>590</sup>, déclaration immédiatement nuancée : *"Les syndicats refusent l'uniformité d'une politique nationale et sont d'accord pour défendre les fondamentaux de l'AOC, sous réserve de ne pas tomber dans un excès lors de la définition du produit"*<sup>591</sup>. Il semble que l'on retrouve ici les vestiges du clivage entre FNAOC et ANAOF.

Plus complexe à interpréter, la confrontation entre les contraintes productives et les impératifs commerciaux implique très souvent une négociation de type "vertical" entre producteurs de lait et acteurs de la transformation, notamment au niveau de la rémunération de la matière première. Les éventuelles contraintes induites peuvent en effet justifier un prix du lait plus élevé. C'est incontestablement en Basse-Normandie que cette question se pose avec le plus de force. D'une part, le renforcement des conditions de production concerne principalement l'alimentation des animaux et la race et nécessite un important effort pour de nombreux producteurs, en dépit d'avancées somme toute mesurées. D'autre part, ces nouvelles contraintes sont suspendues à une rémunération supplémentaire, c'est-à-dire cette fois-ci à un effort de la part des transformateurs, afin de compenser les coûts et la charge de travail supplémentaire. Ainsi, outre l'opposition déjà évoquée entre contraintes productives et typicité, le deuxième achoppement concerne le lien entre l'évolution des pratiques et la rémunération correspondante : *"Les inciter, c'est de l'économique, on ne pourra pas faire n'importe quoi. Il y a une marge de manœuvre, mais qui n'est pas grande. Quand on se fait tous serrer par la grande distribution, il faut en tenir compte. Aujourd'hui, la GMS ne veut pas entendre parler d'augmentation de prix du Camembert. On a une baisse du prix du lait, et ils voudraient nous répercuter ces baisses sur nos produits"*<sup>592</sup>. La recherche de compromis ne renvoie donc pas seulement à la relation entre producteur et transformateur, mais "sort" de la filière à travers le binôme transformateur / distributeur. La hausse de la rémunération se heurte en effet au consentement des consommateurs à payer pour ce produit, déjà confronté à une forte concurrence de la part de camemberts génériques portés par des marques nationales. Le prix élevé des Camemberts AOC ne semble pas en mesure d'augmenter encore. L'enjeu réside donc dans les modalités de partage des efforts financiers entre les partenaires : *"Si demain il faut rajouter trente centimes au litre de lait pour avoir du lait de vache normande, le consommateur n'acceptera pas. C'est notre capacité à maintenir les marques. S'il n'y a plus de capacité à dégager suffisamment de marge pour communiquer, inexorablement, ce produit là se cassera la figure. A la fin, il n'y aura plus que quelques MDD, qui peut-être un jour se désintéresseront complètement de ce produit et auront trouvé un autre cheval de bataille"*.

Enfin, les impératifs commerciaux peuvent également entrer en contradiction avec la recherche de typicité, à travers le clivage classique entre respect de la tradition et innovation technologique. La principale illustration de cette opposition nous est donnée par la place du lait cru, une fois encore dans les AOC bas-normandes, preuve que les conditions amont ne sont pas la seule préoccupation. Traditionnellement fabriqués à partir de lait cru, le Camembert de Normandie, le Pont-l'Evêque et le Livarot se caractérisent par une fragilité bactériologique vis-à-vis des germes pathogènes (*listeria*)<sup>593</sup>. Les principaux intervenants de ces AOC militent depuis plusieurs années pour un assouplissement des contraintes liées au traitement du lait, en expliquant qu'ils ne sont pas en mesure de garantir une sécurité sanitaire

---

<sup>590</sup> Un professionnel AOC.

<sup>591</sup> Un professionnel AOC. Voir M. Olivieri, (2005), *Les fondamentaux de l'AOC en ligne de mire*, Revue Laitière Française n°655.

<sup>592</sup> Un acteur de la transformation AOC en Basse-Normandie.

<sup>593</sup> Les durées d'affinage courtes et la forte teneur en eau expliquent cette situation. A noter que les décrets Pont-l'Evêque et Livarot n'imposent pas l'usage du lait cru, qui dans les faits est minoritaire dans les deux appellations.

toute l'année, notamment durant les mois les plus humides. La possibilité d'une thermisation de la matière première à certaines époques – pratique moins forte que la pasteurisation – devrait de ce fait être envisagée. L'existence de recours ponctuels à la thermisation dans le Camembert AOC est aujourd'hui avérée, et est très facilement admise par l'ensemble des intervenants interrogés : *"Personne dans la filière n'est aujourd'hui capable de garantir un produit sain avec du lait cru, étant donné les niveaux de prolifération bactérienne. Moi, c'est mon interrogation. Il y a un débat. Les producteurs de lait ont bien compris, ils savent que de temps en temps ils ne sont pas conformes. Si on veut pouvoir gérer plusieurs sites avec des marques à forte notoriété, on n'a pas droit à l'accident sanitaire. On ne peut pas se permettre de se prendre un encart dans un journal comme Lepetit"*<sup>594</sup>. *Ça veut dire qu'on est obligé de prendre du recul par rapport à la tradition. Il faut aussi penser aux salariés"*<sup>595</sup>. Les discussions relatives à cette question semblent aujourd'hui s'orienter vers un statu quo, le lait cru apparaissant comme un argument de vente non négligeable. Les intervenants ont également pris conscience du fait que l'absence de traitement du lait constituait un des derniers éléments de différenciation entre le Camembert AOC et ses concurrents génériques, et qu'une remise en cause de cette règle pourrait menacer le fondement même de l'appellation.

Cette entrée par le cahier des charges permet quoi qu'il en soit d'affiner l'analyse du rapport de force entre les transformateurs au sein du pôle AOC Basse-Normandie. Le clivage réellement déterminant est fondé sur le processus de transformation du fromage et sur son caractère robotisé ou non. Ainsi, les entreprises de dimension nationale (Lactalis, Coopérative d'Isigny) disposent de robots de moulage imitant le geste de l'homme, tandis que les entreprises régionales (Graindorge, Gillot...) pratiquent encore le moulage manuel. Ces dernières mettent d'ailleurs l'accent sur les coûts largement supérieurs induits par ces pratiques, et la nécessité de se différencier sur le marché en faisant reconnaître le moulage manuel<sup>596</sup>. Un syndicat regroupant les fabricants "traditionnels" a d'ailleurs vu le jour au début des années 1990 : *"Ce qu'on demande simplement, c'est que le consommateur puisse faire le distinguo entre les deux produits. D'une part, nous avons la contrainte du moulage manuel, qui fait une différence quoi qu'on dise, avec les systèmes robotisés. Nous avons cette contrainte du coût de main-d'œuvre, mais également cette contrainte sanitaire qui coûte excessivement cher"*<sup>597</sup>. L'analyse de la confrontation des logiques inhérentes à la construction du cahier des charges est indispensable pour mieux comprendre les blocages qui existent aujourd'hui encore, et qui contribuent à allonger considérablement la durée des négociations (parfois au-delà de dix ans pour certains produits). Cette compréhension était un préalable nécessaire, elle permet en effet de proposer un certain nombre de préconisations destinées à aider les professionnels à faire leurs choix et surtout à leur donner du sens. Ce sont ces préconisations qu'il convient d'examiner maintenant pour conclure cette partie.

---

<sup>594</sup> En 1999, un prélèvement effectué par un laboratoire en Belgique met en évidence la présence de listeria dans un Camembert de marque Lepetit. L'information connaît alors une importante médiatisation et provoque une baisse de 35 % du chiffre d'affaires de l'entreprise, qui aujourd'hui encore n'a pas totalement récupéré son volume de 1999. Cet épisode a quoi qu'il en soit fortement marqué les esprits des professionnels de la région.

<sup>595</sup> Un acteur de la transformation AOC en Basse-Normandie.

<sup>596</sup> Aujourd'hui, la mention "moulé à la louche" présente sur les camemberts concerne aussi bien les procédés manuels que robotisés.

<sup>597</sup> Un acteur de la transformation en Basse-Normandie.

### **3. Du modèle aux préconisations : la prise en compte de l'ancrage territorial des filières**

Sur ce problème, les pistes de réflexion peuvent être synthétisées par deux principes : agir dans l'intérêt du produit et accompagner les évolutions des bassins de production.

#### **3.1. La qualité du produit AOC dans le respect d'un équilibre global comme finalité de la démarche de révision**

La nécessité d'envisager les AOC au vu de leur contexte productif et de leur environnement commercial ne souffre plus d'aucune contestation. Même si elle est sous-tendue par des principes de base communs, la démarche de révision du cahier des charges ne peut en aucun cas être pensée selon un modèle unique. Il convient au contraire de prendre en compte les spécificités et la trajectoire de chaque filière. Les discussions en cours en Basse-Normandie doivent ainsi intégrer la très forte proximité entre le Camembert de Normandie AOC et les camemberts génériques, qui exercent sur la production laitière une concurrence considérable. De même, il est impossible d'ignorer la "concurrence" des grandes cultures en Région Centre. Les pôles Savoies et Sud-Aveyron ne sont pas exclus de ces réflexions, même si les questions se posent différemment, étant donné l'absence d'alternative à la production laitière. La très forte pression foncière à l'œuvre dans les Savoies, de même que le contexte démographique totalement inversé dans le pôle Sud-Aveyron sont malgré tout des phénomènes qui conditionnent largement le devenir des bassins. Toute la difficulté réside en fait dans la recherche du compromis entre "ce qu'il faudrait faire" et "ce qu'il est réellement possible de faire". L'instauration d'un niveau de contraintes élevé ne doit pas se faire au prix d'un désengagement trop important de producteurs, qui remettrait en cause la pérennité même de la filière. L'AOC verrait alors sa mission de maintien de l'activité remise en cause. Toutefois, il ne saurait non plus être question de mettre en place une politique laxiste, uniquement dans le but d'éviter les phénomènes d'exclusion.

Les professionnels engagés dans la négociation doivent donc s'interroger sur le sens qu'ils donnent à la démarche de révision et sur les objectifs à atteindre. Les "erreurs" les plus fréquemment commises consistent à placer au centre de la réflexion l'une des trois logiques primaires, et à tenter d'y adapter les deux autres :

- le fait d'instaurer des conditions strictes de production n'induit pas forcément une meilleure valorisation. Celle-ci va d'abord dépendre de l'environnement concurrentiel et du consentement à payer des consommateurs. Il n'est pas certain que les nouvelles contraintes soient reconnues comme contribuant à accroître la qualité,
- vouloir placer la pérennité économique de la filière au cœur de la démarche est compréhensible et légitime, mais risque de conduire les acteurs à adapter le produit aux pratiques, et à remettre en cause les fondements de son identité et de sa qualité,

- les spécificités, notamment organoleptiques, du produit peuvent être également menacées par le développement de certains débouchés de l'industrie agroalimentaire dans lesquels le produit n'est plus qu'un ingrédient : *"Dernièrement, certains industriels nous ont demandé de pouvoir découper le fromage pour le mettre sur des pizzas surgelées. Quelque part, on fait perdre son âme au produit, et en plus, ça devient un moyen de stockage alors que c'est interdit"*<sup>598</sup>. Ces pratiques semblent a priori des limites à ne pas dépasser pour un produit AOC.

Notons pour terminer que les négociations menées dans le cadre du syndicat, et en lien avec l'INAO, doivent faire abstraction autant que possible des exigences extérieures émanant notamment des consommateurs et relayées (orientées ?) par les médias, mais souvent intenables au vu des contraintes des professionnels et du faible impact sur la qualité. Sans tomber dans une vision trop élitiste, la finalité de la révision du cahier des charges est, et doit rester, le produit. Les modifications à apporter doivent en effet trouver leur justification à travers leur apport aux qualités intrinsèques du fromage. La question de la pérennité économique et commerciale de la filière doit donc se poser en fonction du produit, et non pas l'inverse. Cette posture est selon nous différente de la recherche de typicité tous azimuts. Les modalités permettant de parvenir à ces objectifs doivent être trouvés par les acteurs eux-mêmes. Malgré tout, plusieurs pistes de réflexion peuvent être proposées.

### **3.2. Le défi de l'accompagnement de l'évolution des bassins de production, entre technicité et économie**

Depuis quelques années, on constate une évolution dans la manière d'aborder le problème. De plus en plus, les professionnels ressentent le besoin de mieux connaître les caractéristiques des bassins et les pratiques productives des producteurs laitiers, fermiers, voire des transformateurs. D'importants travaux d'enquêtes<sup>599</sup> auprès des éleveurs ont donc été lancés dans les différentes filières afin d'avoir une photographie la plus exacte possible de la réalité du terrain et de connaître l'état d'esprit des producteurs vis-à-vis d'une éventuelle modification des règles. Portées par un souci de cohérence, ces démarches témoignent en quelque sorte de la prise de conscience du caractère territorialement ancré de la production laitière et fromagère. A noter que le fait de partir de l'existant ne concerne pas uniquement les procédures de révision, mais aussi les démarches visant à obtenir l'appellation. L. Couzinet explique ainsi dans sa thèse comment les responsables de l'AOC Rocamadour ont procédé à un recensement des différents systèmes de production, afin d'éviter par la suite un trop grand décalage entre le contenu du cahier des charges et la réalité productive (Couzinet, 2005). Si cette connaissance préalable est indispensable, le danger toujours inhérent réside dans la tentation d'adapter le produit au terrain. Les acteurs doivent donc être suffisamment vigilants pour éviter cet écueil et favoriser le "dialogue" entre pratiques agricoles et identité du produit, certaines modifications des règles nécessitant en effet une évolution de ces pratiques.

En conséquence, il convient de souligner le rôle fondamental des techniciens agricoles, qu'ils dépendent des chambres d'agriculture ou des syndicats, dans l'accompagnement de ces évolutions. Les difficultés de retour à l'herbe dans l'alimentation des animaux et de la gestion des fourrages ne sont pas uniquement imputables à une opposition des producteurs, mais également à une lacune en termes de compétences techniques. Les techniciens ont de ce fait une importante responsabilité dans l'apprentissage, ou le réapprentissage, de ces pratiques,

<sup>598</sup> Un producteur de lait en Région Centre.

<sup>599</sup> Cela a été le cas dans la filière Crottin de Chavignol, Selles sur Cher et Sainte-Maure de Touraine.

devenues minoritaires du fait de la trajectoire productive de la région : *"C'est clair, en Normandie, ils ne savent plus faire pour gérer l'herbe, ils ont oublié. Ça se comprend, avec les conditions climatiques qu'ils ont, ils ont choisi une autre voie. Maintenant, il faudrait qu'ils réapprennent"*<sup>600</sup>. A cet égard, le contenu des formations dispensées constitue un enjeu de premier plan pour l'avenir des filières AOC. Depuis plusieurs années, on assiste d'ailleurs à l'émergence d'une nouvelle génération de techniciens portant un nouveau regard sur l'activité laitière, moins imprégné qu'auparavant des préoccupations quantitatives. Cette génération semble plus à même de contribuer à la diffusion de nouveaux systèmes de production, davantage en phase avec les exigences des AOC. Le recours dans certaines AOC à des organismes extérieurs tels que l'Institut de l'Élevage est également révélateur de ce besoin accru de compétences en matière de production laitière et de gestion des exploitations.

Nous souhaitons également attirer l'attention des professionnels sur le rôle déterminant des entreprises de transformation et leur formidable pouvoir économique d'orientation des bassins de production. Mis en évidence par les géographes dès les années 1980<sup>601</sup>, ce pouvoir constitue, à travers les incitations financières, un levier indispensable aux nécessaires changements de pratiques. Si le fonctionnement d'une filière implique en théorie le partage de la rente, il implique également un partage des coûts. Les transformateurs doivent donc être financièrement partie prenante dans les efforts consentis par les éleveurs, aussi bien dans leur mise en conformité vis-à-vis des futures règles de production que dans leur adaptation aux exigences du marché. En outre, la rémunération des producteurs varie au cours de l'année en fonction des besoins quantitatifs et qualitatifs de l'industrie. Outre les grilles de paiement à la qualité, les préoccupations portent également sur l'adéquation entre la courbe de production du lait et l'évolution de la demande. Dans les faits, le prix du lait de nombreuses AOC est plus élevé au cours des mois de fin d'année, les ventes étant très importantes à cette époque. Souvent considérables, les primes ont donc pour but d'amener les producteurs à adapter leurs pratiques (décalage des périodes de vêlage). L'accompagnement, cette fois-ci financier, des producteurs doit se réaliser par le biais des entreprises de transformation. Même si elles sont délicates à aborder, les négociations entre producteurs et transformateurs au sujet de ces rémunérations supplémentaires constituent un enjeu crucial.

Ainsi, dans une perspective de modification des pratiques, ces deux dimensions de l'accompagnement sont complémentaires. Cette phase permet d'atténuer les déséquilibres éventuellement induits par un renforcement des contraintes, elle est donc indissociable de la recherche d'équilibre mise en évidence par le modèle.

---

<sup>600</sup> Un producteur de lait dans les Savoies.

<sup>601</sup> Voir en bibliographie les travaux de F. Plet (1983) et J.-P. Diry (1985, 1988), évoqués dans le chapitre 2.



En conclusion de ce chapitre, les perspectives proposées à travers la notion d'ancrage concernent divers aspects du fonctionnement des filières. A travers la notion de pôle, nous nous sommes interrogé sur les cadres spatiaux pertinents pour l'action, tant du "point de vue" des filières (promotion, organisation institutionnelle...) que des territoires (développement). Dans tous les cas, la recherche de cohérence s'avère nécessaire et constitue un facteur de réussite à part entière. En ce qui concerne les processus de coordination et de construction de ressources, l'élargissement de l'entrée sectorielle aux autres dimensions du territoire ouvre des perspectives quant aux solutions futures à imaginer pour permettre une meilleure adéquation entre les intérêts des acteurs. Si l'ouverture des filières AOC au tourisme constitue notamment une opportunité susceptible de compenser partiellement les déséquilibres observés par ailleurs (baisse du prix du lait), l'image des produits d'appellation peut se révéler un vecteur de qualification et de différenciation pour un territoire rural.

Enfin, fondamentales pour la contribution territoriale des filières et pour leur pérennité à moyen et long terme, ces réflexions ne prennent tout leur sens que si elles sont articulées à une recherche de cohérence entre la réalité productive et commerciale, et le contenu du cahier des charges. Ingrédient sans doute le plus délicat à obtenir, cette cohérence est une condition sine qua non de la réussite d'une filière AOC. De ce point de vue, il s'agit de l'enseignement majeur de ce chapitre : le succès d'un produit d'appellation se mesure en effet à travers la capacité des acteurs impliqués, à parvenir, ensemble, à trouver des compromis entre des logiques par définition fluctuantes et divergentes, sans remettre en cause les fondements ultimes de leur produit (qualité, maintien de l'activité et cohérence commerciale). Si le développement territorial constitue une finalité de la démarche AOC, les acteurs et les ressources présents sur ce territoire sont également des moyens de parvenir à cet objectif. C'est assurément dans cette réciprocité que s'inscrit l'équation à résoudre par les professionnels des filières fromagères d'appellation.

## Conclusion

---

### AOC et territoire, la défense d'une identité

Qu'ils s'intéressent à des filières, des produits ou des acteurs, les nombreux travaux consacrés aux appellations d'origine contrôlées concernent l'ensemble des sciences sociales, et proposent de ce fait toute une palette d'éclairages différents d'un même objet. Destinée à mieux appréhender la dimension territoriale des filières, notre démarche fondée sur le concept d'ancrage se voulait une approche originale de l'AOC, transposable à d'autres types de produits, voire à d'autres types d'activités. En cela, il convient d'insister une fois encore sur l'inscription de ce travail dans le champ des relations entre activités économiques et dynamiques territoriales. Dans une perspective davantage disciplinaire, notre recherche entendait contribuer au renforcement de la "Géographie de la Qualité", qui semble avoir progressivement émergé au cours des années 1990, pour connaître selon nous une certaine consécration au moment de la parution du numéro 6 de la revue *Sud-Ouest Européen* en 1999<sup>602</sup>. Envisagée aussi bien comme une activité économique que comme un dispositif institutionnel, l'AOC se trouve depuis plusieurs années profondément interrogée quant à son mode de fonctionnement au sein de la PAC et de l'OMC, ce qui rendait selon nous nécessaire un questionnement sur sa dimension territoriale, et plus précisément sur sa place dans les dynamiques de développement. En définitive, si le lien au terroir et la typicité sont des fondements du principe d'appellation, le développement territorial fait partie des missions assignées par le législateur, au même titre que la qualité et l'information des consommateurs.

### Pérennité des AOC et réussite du développement : la "communauté de destins" entre filière et territoire.

Ces constats nous ont donc amené à construire une grille de lecture pluridisciplinaire, permettant d'appréhender cette dimension territoriale, et de mettre en évidence des outils d'analyse du développement, fondés sur la coordination des acteurs et la construction de ressources spécifiques. Cette grille de lecture présentait deux originalités notables. D'une part, pour "coller" au mieux à la réalité, nous avons proposé la notion de "pôle AOC", rendant compte de l'enchevêtrement de la structure productive des filières. D'autre part, l'analyse des processus de développement a été réalisée à partir des pratiques et des représentations des professionnels AOC, selon une approche compréhensive, et non pas sur la base de zonages administratifs existants (aire d'appellation, maillages institutionnels). Cette construction a ainsi permis d'opérer un double éclairage des processus de développement territorial, ainsi que de l'insertion des AOC dans ces processus, de même, elle a contribué à ouvrir des pistes de réflexion, qui renvoient aussi bien à la pérennité des filières AOC qu'aux conditions de réussite des démarches de développement.

A travers une entrée d'abord agricole et agroalimentaire, le chapitre 5 est apparu comme une contribution aux débats relatifs à l'évaluation de l'importance économique des filières sous signe de qualité, et aux difficultés méthodologiques qui y sont liées. Du point de vue des exploitations agricoles et des emplois industriels, le poids économique somme toute modeste des produits d'appellations étudiés est un résultat important, même s'il conviendrait de prendre en considération les emplois indirects et induits, afin d'être totalement exhaustif. En revanche, ces résultats mettent l'accent sur une des premières conditions de réussite des

---

<sup>602</sup> *La qualité agro-alimentaire et ses territoires productifs*, *Sud-Ouest Européen* n°6, 1999.

appellations vis-à-vis de leur mission de maintien de l'activité, héritée d'une évolution spécifique : le caractère intégral ou partiel de la protection juridique du produit. Cette analyse a en effet donné tout leur sens aux importants conflits qui accompagnent les démarches de rapatriement de dénominations dans leur région d'origine, à l'échelle locale (Morbier, Sainte-Maure de Touraine) comme internationale (Feta). Les conséquences économiques liées à de telles décisions sont en effet extrêmement lourdes. Ce chapitre a également été l'occasion de mettre en lumière l'attractivité accrue des bassins de production, à travers une réflexion sur des indicateurs tels que la valorisation de la matière première et les comportements d'installation / implantation des acteurs. De plus, la propension des appellations à modérer – toutes proportions gardées – les phénomènes de restructuration et de pression foncière, et à contribuer ainsi au maintien de la population agricole, constitue un autre enseignement important. Au niveau des acteurs individuels, les bénéfices liés à l'AOC ont également été soulignés, à travers une meilleure perception des métiers d'éleveur et de fromager, et une capacité commerciale accrue.

Enfin, l'analyse des trajectoires productives des pôles a fait apparaître la capacité des AOC à engendrer des ressources spécifiques, potentiellement porteuses de différenciation territoriale (formation, R&D), et donc de développement, dans un contexte de concurrence des bassins laitiers, même si l'on peut noter que les coûts de production demeurent une variable déterminante. Complétée par une approche comparative, la démarche monographique a ainsi permis de proposer des indicateurs aptes à rendre compte de la dimension productive du développement. La contribution des AOC au renforcement et à la spécification des systèmes productifs ne peut être ignorée par les politiques régionales comme nationales. Institutionnalisés par la DATAR, les SPL symbolisent la reconnaissance du rôle joué par ces dynamiques dans le développement des territoires. La prise en compte des spécificités de l'activité agricole et agroalimentaire, ainsi que de la présence de produits d'appellation, apparaît donc nécessaire.

A partir d'un élargissement de la perspective à l'ensemble des dimensions territoriales, le chapitre 6 a quant à lui mis en lumière les synergies entre activités sur un même espace. Là encore, la propension des AOC à spécifier la trajectoire de développement est avérée, à l'échelle régionale comme locale. L'analyse des liens tissés entre professionnels AOC et autres acteurs (élus, opérateurs touristiques, agents de développement...) a démontré la capacité "qualifiante" et fédératrice des appellations, tant en direction des visiteurs (élargissement de l'offre touristique) que de la population locale (lien social, mobilisation autour d'un projet). Comme pour le chapitre précédent, la confrontation entre monographies et comparaisons est à l'origine de la construction d'une grille de lecture, ainsi que d'une typologie des systèmes locaux de valorisation, fondés sur des formes de gouvernance originales, débouchant ou non sur un panier de biens, et dans lesquels l'AOC joue un rôle variable. Bien qu'ils soient fondés sur des analyses apparemment distinctes, ces deux éclairages du développement sont apparus relativement proches pour ce qui est des quatre pôles étudiés. Même s'il prend des formes très différentes, le processus de développement territorial semble donc animé par une dynamique globale, dans laquelle les dimensions du territoire sont intimement liées.

Sur la base des résultats présentés dans ces deux chapitres, le chapitre 7 s'est efforcé de synthétiser les apports de l'approche en termes d'ancrage, d'un point de vue scientifique certes, mais aussi dans une perspective opérationnelle. Dans un premier temps, le retour sur la notion de pôle AOC nous a permis de revisiter un certain nombre de travaux portant sur les conditions de réussite des filières (mobilisation collective, capacité organisationnelle...) à l'aune de la nécessaire articulation entre l'échelle régionale et locale. En effet, il apparaît que

l'une des clés de réussite d'une démarche AOC réside dans l'adéquation entre pôle et "cœur de zone AOC". Egalement mis en évidence comme condition de réussite du développement, le "dialogue entre professionnels" semble fondamental pour l'élaboration de politiques publiques. La coordination entre acteurs sur un même territoire passe en effet par un apprentissage mutuel des problématiques inhérentes à chaque secteur d'activité. En outre, les élus doivent avoir conscience de la nécessité d'un rapport de force le plus équilibré possible entre sphère publique et sphère privée. Nous avons vu que les enjeux concernaient également les filières, étant donné que leur implication dans des démarches de valorisation (mobilisation de ressources) pouvait répondre à des impératifs sectoriels (commercialisation, traçabilité, image de marque...). Il transparaît donc de notre analyse que si la pérennité des AOC et le développement des territoires relèvent de logiques en partie distinctes, les liens qui unissent ces deux processus sont beaucoup plus étroits qu'il n'y paraît. L'idée "d'intérêts potentiellement convergents" est donc très proche de celle de "communauté de destins" proposée par J.-B. Zimmermann (Zimmermann, 1998).

Les conditions de reproduction des filières et des bassins laitiers se posent également en termes de révision des cahiers des charges. Appliqué à cette problématique spécifique aux AOC, le concept d'ancrage territorial a mis en évidence la position d'interface du produit d'appellation, et la nécessaire recherche d'équilibre entre des logiques a priori incompatibles : contraintes productives, typicité et impératifs commerciaux. Si le modèle présenté permet d'identifier les conflits, il ne propose pas de solutions "clés en main", celles-ci doivent d'abord être trouvées à l'échelle locale, en prenant en compte le contexte inhérent à chaque produit.

Au-delà de leur dimension opérationnelle, les résultats avaient aussi vocation à renforcer l'argumentaire en faveur de la légitimité des appellations. Si des formes de contribution au développement sont identifiées, force est de constater que la posture méthodologique choisie ne permet pas d'envisager cette question dans sa globalité, dans la mesure où les apports des AOC sont d'abord appréhendés pour eux-mêmes, et non pas vis-à-vis d'une production laitière générique. De même, certains aspects négatifs liés à la présence d'une appellation ont été laissés de côté, notamment la logique d'exclusion, inhérente à la mise en place d'une zone. Abordées ici de manière très partielle, ces questions relèvent selon nous d'une autre problématique : celle du différentiel AOC / non-AOC. Si certains jalons ont d'ores et déjà pu être posés, une telle analyse permettrait de compléter cet argumentaire en faveur du maintien du principe d'appellation. La capacité de spécification qui caractérise les AOC constitue malgré tout un résultat fondamental, apte selon nous à renforcer leur légitimité à l'échelle européenne comme internationale.

### **Le développement territorial en Géographie, l'ouverture disciplinaire pour renforcer les acquis.**

Mise en évidence dès le premier chapitre, la transversalité qui caractérise notre objet de recherche concerne également la question du développement territorial. La construction du dispositif théorique a donc nécessité un cheminement pluridisciplinaire, fondé dans un premier temps sur une "distanciation" avec la Géographie. Ce "détour disciplinaire" a permis d'enrichir notre approche par l'emprunt d'outils économiques et sociologiques. Dans un deuxième temps, il s'est agi de se réapproprier ces outils et de les questionner dans une perspective géographique. Ce "retour disciplinaire" a donc consisté en une deuxième distanciation, cette fois-ci vis-à-vis des autres sciences sociales. Le recours à des concepts "étrangers" implique nécessairement une simplification, et de ce fait un appauvrissement.

Notre propre recherche n'a bien sûr pas échappé à cette carence. Le concept de panier de biens est ainsi fondé sur une analyse comparative des prix des produits et services, dimension que nous n'avons pas prise en compte. Toutefois, loin de "noyer" la Géographie, ce véritable "apprentissage de la pluridisciplinarité" a au contraire permis selon nous de mieux la positionner par rapport aux autres sciences sociales, et de mettre davantage en évidence ses apports, notamment en ce qui concerne l'articulation entre différentes échelles d'observation. Cette clarification disciplinaire concerne également l'appréhension du développement. Relativement peu mobilisée, l'approche par les acteurs privés constitue une entrée distincte des analyses fondées sur les politiques publiques. Il nous semble ainsi que l'une des pistes de recherche à privilégier réside dans la complémentarité entre ces deux types de travaux. C'est selon nous dans cette réflexion que résident l'originalité et la pertinence de l'approche géographique vis-à-vis des questions liées au développement territorial à différentes échelles.

Par ailleurs, la nature de notre objet de recherche a permis de questionner la spécificité rurale des processus à l'œuvre, et de montrer que les AOC ne concernaient pas que des territoires fragiles d'un point de vue économique et/ou démographique. Loin de correspondre uniquement à des espaces périphériques vis-à-vis des centres urbains, les territoires ruraux ont au contraire été appréhendés comme un tissu socioéconomique porteur de ressources qui leur sont propres. Les produits bénéficiant d'un signe officiel de qualité font incontestablement partie de ces ressources, et renvoient aux "potentialités d'emplois insoupçonnées" évoquées par N. Mathieu (Mathieu, 1997). Il convient cependant de garder à l'esprit la faible ampleur économique des filières, qui sont dans tous les cas marginales par rapport à l'activité globale d'un territoire. Les éventuelles potentialités sous-tendues par les AOC demeurent de ce fait extrêmement modestes, et pèsent peu face aux restructurations observées sur les différents terrains (fermeture de Matra dans le Loir-et-Cher, près de 2 300 emplois directs ; fermeture de quatre sites Moulinex en Basse-Normandie, 3 200 emplois directs...), ou à l'inverse face aux aménagements lourds tels que "Port 2000" (Haute-Normandie) ou l'A75 (Sud-Aveyron), ceci même si les appellations concernent des emplois spécifiques et non délocalisables.

Il est également important de souligner la fragilité de l'activité laitière, jugée par certains comme l'une des moins rentables du secteur agricole et agroalimentaire. Les tendances lourdes semblent donc davantage prégnantes que les marges d'autonomie. En outre, la généralisation des appellations à tous les types d'espaces agricoles (zones en déprise ou marquées par l'intensification) fait de l'AOC un véritable "modèle", de plus en plus copié par des démarches fondées sur l'origine, portées par des groupes industriels ou des distributeurs, et renforçant encore davantage la confusion inhérente à la prolifération des signes de qualité.

Pour autant, le parti pris qui sous-tend notre recherche réside dans la défense de ces produits et de leurs spécificités. Si la préservation de l'activité est bien entendu fondamentale, c'est aussi de la défense d'une identité qu'il est question, idée parfaitement formulée par S. Scheffer : *"Les produits de terroir et les produits régionaux apparaissent peut-être ici plus que jamais comme les représentants de ce qui fonde une part non négligeable de notre identité géographique"* (Scheffer, 2002, p. 546). Plus que des vecteurs identitaires, les produits dits "de terroir", au premier rang desquels les AOC, font l'objet d'une véritable assimilation, symbolisée par la célèbre formule de C. Fischler, "nous sommes ce que nous mangeons" (Fischler, 1990). En cette année 2005, proclamée "Année des Terroirs" par le Ministère de l'Agriculture, la défense de ces produits semble aller au-delà de la volonté de sauvegarde d'un patrimoine ou d'un mode de vie. Elle renvoie en fait à notre propre préservation. C'est en tout cas le sens que nous entendions donner à cette recherche.

## Références bibliographiques

- ABDELMAKI Lahsen, COURLET Claude, (1996), *Les nouvelles logiques du développement*, L'Harmattan, collection Logiques Economiques, 416 p.
- ALBERT P., MARTIN M., TANGUY C., (2004), *Le rôle des écoles dans le processus d'innovation : l'exemple des réseaux constitués entre les entreprises laitières et les ENIL*, communication aux quatrième journées de la Proximité "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 18 p.
- ALET Bernard, LELLI Laurent (coord.), (1997), *Le paysage dans la charte du PNRGC : éléments d'analyse*, Institut Toulousain du Paysage, 21 p.
- ALLAIRE Gilles, BOYER Robert, (1995), *La Grande Transformation de l'agriculture*, INRA, Economica, collection Economie Agricole et Agro-Alimentaire, 444 p.
- Amis du Val de Thônes, (1987), *Le Reblochon de la vallée de Thônes, chevrotins, tommes, persillés*, Revue Annuelle des Amis du Val de Thônes, n°12, 140 p.
- ANGEON Valérie, CALLOIS Jean-Marc, (2004), *Fondements théoriques du développement local : quels apports de la théorie du capital social de l'économie de proximité ?*, communication aux quatrième journées de la proximité "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 26 p.
- ARBOS Philippe, (1922), *La vie pastorale dans les Alpes françaises*, Armand Colin, 716 p.
- ARENA Richard, DE BANDT Jacques, BENZONI Laurent, ROMANI Paule-Marie (dir.), (1988), *Traité d'Economie Industrielle*, Economica, collection Economie, 967 p.
- ARFINI Filipo, BERTOLI Elisa, DONATI Michele, (2002), *The wine routes, analysis of a rural development tool*, communication au colloque SYAL "Systèmes Agroalimentaires Localisés : produits, entreprises et dynamiques locales", 16-18 octobre 2002, INRA, Montpellier, 19 p.
- Association Terroirs et Cultures (2004), *Eléments fondateurs d'une nouvelle dynamique humaine, économique, sociale et environnementale*, 4 p.
- Association de Préfiguration du parc naturel régional des Grands Causses, (1994), *Projet de charte du parc naturel régional des Grands Causses*, 201 p.
- Association des Ruralistes Français, (1998), *Les territoires ruraux en France, identités, politique et économie*, Revue GEODOC, n°46, ARF, 118 p.
- AUBERT Francis, GUERIN Marc, PERRIER-CORNET Philippe, (2001), *Organisation et territoire – un cadre d'analyse appliqué aux espaces ruraux*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, pp. 393-414.
- AURIAC Franck, (1983), *Système économique et espace, le vignoble languedocien*, Economica, collection Géographia, 221 p.
- AURIAC Franck, BRUNET Roger (coord.), (1986), *Espaces, jeux et enjeux*, éditions Fayard, fondation Diderot, Nouvelle Encyclopédie des Sciences et Techniques, 347 p.
- AUSSIBAL Robert, (1987), *Roquefort, Pays des Causses*, éditions Loubatières, collection Terres du Sud, 32 p.

- AYDALOT Philippe, (1985), *Economie Régionale et Urbaine*, Economica, collection Economie, 487 p.
- BAGES Robert, GRANIE Anne-Marie (coord.), (1998), *Comment les ruraux vivent-ils et construisent-ils leur(s) territoire(s) aujourd'hui ?*, Journées Régionales de l'ARF, GEODOC n°46, 285 p.
- BAILLY Albert, FERRAS Robert, PUMAIN Denise, (1991), *Encyclopédie de Géographie*, éditions Economica, 1132 p.
- BAILLY Antoine, (1995), *Les concepts de la Géographie Humaine*, Masson, collection Le Géographe, 264 p.
- BAILLY Antoine, BEGUIN Hubert, (1993), *Introduction à la Géographie Humaine*, Masson, collection Géographie, 192 p.
- BAILLY Antoine, FERRAS Robert, (1997), *Eléments d'épistémologie de la Géographie*, Armand Colin, collection U Géographie, 191 p.
- BARHAM Elizabeth, (2003), *Translating terroir : the global challenge of French AOC labelling*, Journal of Rural Studies, n°19, pp. 127-138.
- BARJOLLE Dominique, BOISSEAUX Stéphane, DUFOUR Martine, (1998), *Le lien au terroir, bilan des travaux de recherche*, Rapport financé par l'Office Fédéral de l'Agriculture, ETH, Institut d'Economie Rurale, Ecole Polytechnique Fédérale de Zurich (Suisse), 27 pages.
- BARJOLLE Dominique, SYLVANDER Bertil, (2002), *Some factors of success for "Origin Labelled Products" in agro-food supply chains in Europe : market, internal resources and institutions*, Economies et Sociétés, Cahiers de l'ISMEA, Série "Systèmes Agroalimentaires", n°25, pp. 1441-1461.
- BARRET Christian, CHARVET Jean-Paul, DUPUY Gabriel, SIVIGNON Michel, (2000), *Dictionnaire de Géographie Humaine*, éditions Liris, collection Dictionnaires de l'Essentiel, 190 p.
- BARTHE Laurence, (1998), *Processus de différenciation des espaces ruraux et politiques de développement local*, Thèse en Etudes rurales, mention Géographie, UTM – ENSAT – ENFA, 654 p.
- BARTHE Laurence, (2001), *La "gouvernance" local de las estrategias de desarrollo territorial en el medio rural. Consideraciones sobre la accion organizacional territorializada*, Revista Universitaria de Geografía, Universidad Nacional del Sur, vol. 10, n° 1 y 2, pp. 73-86.
- BATICLE Yves, (1962), *Observations sur l'élevage des ovins dans le département de l'Aveyron*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, n°4, pp. 89-97.
- BAUMONT Catherine, COMBES Pierre-Philippe, DERYCKE Pierre-Henri, JAYET Hubert, (2000), *Economie Géographique – les théories à l'épreuve des faits*, ASRDLF, Economica, Bibliothèque des Sciences Régionales, 330 p.
- BEAULIEU Eléonore, (2004), *Authenticité, qualité, terroir : une consommation rassurante*, dossier Le Monde Initiatives, n°35, novembre 2004, p. 14.
- BEAULIEU Eléonore, (2004), *Patrimoine et art de vivre : un secteur économique florissant*, dossier Le Monde Initiatives, n°35, novembre 2004, p. 16.

- BELLET Michel, KIRAT Thierry, LARGEROU Christine (coord.), (1998), *Approches multifformes de la proximité*, éditions Hermès, collection Interdisciplinarité et Nouveaux Outils, 343 p.
- BENHAYOUN Gilbert, GAUSSIER Nathalie, PLANQUE Bernard (dir.), (1999), *L'ancrage territorial du développement durable – de nouvelles perspectives*, L'Harmattan, collection Emploi, Industrie et Territoire, 352 p.
- BENKO Georges, (1995), *Les théories du développement local*, Sciences Humaines, hors série n°8, p. 8-11.
- BENKO Georges, (1998), *La Science Régionale*, Presses Universitaires de France, collection Que-Sais-Je n°3355, 127 p.
- BENKO Georges, LIPIETZ Alain, (1992), *Les régions qui gagnent – les nouveaux paradigmes de la Géographie Economique*, Presses Universitaires de France, collection Economie en Liberté, 424 p.
- BENKO Georges, LIPIETZ Alain, (2000), *La richesse des régions, la nouvelle Géographie socio-économique*, Presses Universitaires de France, collection Economie en Liberté, 564 p.
- BENOIT-GUILBOT Odile, (1991), *Les acteurs locaux du développement économique local : y a-t-il un effet "localité" ?*, Sociologie du Travail, n°4, pp. 453-459.
- BERANGER Claude, VALCESCHINI Egizio (coord.), (1999), *Qualité des produits liée à leur origine*, séminaire "Qualité des produits liée à leur origine", Paris, 10 et 11 décembre 1998, 290 p.
- BERARD Laurence, BEUCHERIE Olivier, FAUVET Martine, MARCHENAY Philippe, MONTICELLI Christine, (1999), *Les facteurs historiques, culturels et environnementaux dans la délimitation des zones IGP*, Séminaire de l'EAAE "Aspects socio-économiques de l'origine dans les filières agro-alimentaires : territoires, coordination et institutions", Le Mans, INRA, 28-30 octobre 1999, 18 p.
- BERARD Laurence, MARCHENAY Philippe, (1999), *Comment prendre en compte l'histoire économique locale pour l'Appellation d'Origine Contrôlée ?*, Revue des ENIL, n°223, pp. 31-33.
- BERARD Laurence, MARCHENAY Philippe, (1999), *La notoriété à l'épreuve du terrain : relation à la zone de protection, aux pratiques techniques, à la dénomination du produit*, Plenary Meeting of the CEE-FAIR n°1562, Concerted Action, Innovative Marketing Strategies, European Commission, Annecy, 29-31 octobre 1998, pp. 26-27.
- BERARD Laurence, MARCHENAY Philippe, (2004), *Les produits de terroir, entre cultures et règlements*, CNRS éditions, 229 p.
- BERGES-SENNOU Fabian, CAPRICE Stéphane, (2003), *Les rapports producteurs – distributeurs : fondements et implications de la puissance d'achat*, Economie Rurale, n°277-278, pp. 192-205.
- BERNARD-GELABERT Marie-Christine, LABIA Patrick, (1992), *Intercommunalité, mode d'emploi*, Economica, collection Mémentos du Maire, 383 p.
- BERRIET-SOLLIEC Marielle, DAUCE Pierre, LEON Bertrand, SCHMITT Bertrand, (2000), *Vers un indicateur de croissance économique locale pour l'évaluation des politiques de développement rural*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine n°3, pp. 415-440.



- BERRY Michel, (1991), *Comment concilier science et pratique ?*, Economie Rurale, n°206, pp. 5-10.
- BERTOZZI Léo, (2002), *Le cahier des charges de la production de lait à la ferme pour le Parmigiano Reggiano*, communication au Congrès Mondial de la Laiterie, 24-27 septembre 2002, Paris, 4 p.
- BERTRAND Georges, (1977), *Pour une histoire écologique de la France Rurale*, éditions du Seuil, collection Points Essais, 568 p.
- BERTRAND Georges, (1990), *La nature en Géographie, un paradigme d'interfaces*, Géodoc, 126 p.
- BERTRAND Nathalie, GORGEU Yves, MOQUAY Patrick, (2001), *Intégration des formes de proximité dans la gouvernance locale*, communication au Third Congress on Proximity "New Growth and Territories", Paris, 13-14 décembre 2001, 18 p.
- BES Marie-Pierre, GROSSETTI Michel, (2001), *Encastrement et découplages dans les relations science – industrie*, Revue Française de Sociologie, n°42-2, pp. 327-355.
- BESSIERE Jacinthe, (1997), *Local development and patrimony : traditional food and cuisine seen as a tourist attraction in rural areas*, Working group of the XVII Congress of the European Society for Rural Sociology "Cultural Identities in Economic Development", Chania, Crete, Greece, August 25-29, 18 p.
- BESSIERE Jacinthe, (2000), *Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial : le haut plateau de l'Aubrac, le Pays de Roquefort et le Périgord Noir*, Thèse en Etudes Rurales, ESSOR, UTM – ENSAT – ENFA, 518 p. (2 tomes).
- BETEILLE Roger, (1970), *Manuel de statistiques aveyronnaises*, Service Economique de la Chambre d'Agriculture de l'Aveyron, 82 p.
- BETEILLE Roger, (1974), *Les Aveyronnais, essai géographique sur l'espace humain*, Thèse, Poitiers, 576 p.
- BETEILLE Roger, (1981), *La France du vide*, LITEC, collection Géographie Economique et Sociale, 256 p.
- BEURET Jean-Eudes, (1997), *L'agriculture dans l'espace rural. Quelles demandes pour quelles fonctions ?*, Economie Rurale, n°242, pp. 45-52.
- BIENSAN Claire-Marie, LACOUR Clémentine, (2003), *Le Pérail, en attendant l'AOC*, Mini-projet ENSAT, 26 p.
- BILLET Jean (1966), *Un remarquable terrain de recherches pour une politique d'aménagement de la montagne : la Haute-Maurienne*, Revue de Géographie Alpine, n°1, pp. 43-72.
- BILLET Jean, PREAU Pierre, (1977), *L'évolution démographique des Alpes Françaises du Nord entre 1968 et 1975 – quelques réflexions sur les modalités de la croissance et sur ses disparités*, Revue de Géographie Alpine, n°2, pp. 131-145.
- BITEAU Claude (1973), *Le maïs, facteur d'intensification de la production fourragère et de développement des productions animales en Basse-Normandie*, Bulletin Technique d'Information, n°281, pp. 537-544.

- BODIN-RODIER Dominique, BLANCHET Jacques, (1997), *La stratégie agroalimentaire mondiale – les enjeux du XX<sup>ème</sup> siècle*, éditions Armand Colin, Masson, 287 p.
- BOISARD Pierre, (1992), *Le Camembert – mythe national*, éditions Kalmann-Lévy, 296 p.
- BOISARD Pierre, LETABLIER Marie-Thérèse, (1987), *Le Camembert : normand ou normé. Deux modèles de production dans l'industrie fromagère*, Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi, n°30, pp. 1-96.
- BOISSEAUX Stéphane, STUCKI Erwin, (2001), *About the Link Between Origin Labelled Products and Rural Development*, Action Concertée "Development of Origin Labelled Products : Humanity, Innovation and Sustainability (Dolphins)", 5<sup>th</sup> Framework Program EU, Florence, 10-12 septembre 2001, 17 p.
- BOLTANSKI Luc, THEVENOT Laurent, (1987), *Les Economies de la Grandeur*, Presses Universitaires de France, Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi, 361 p.
- BONNAMOUR Jacqueline, (1993), *Géographie Rurale – position et méthode*, Masson, collection Recherches en Géographie, 137 p.
- BONNIOL Jean, SAUSSOL Alain. (dir.), (1995), *Grands Causses, nouveaux enjeux, nouveaux regards*, Fédération pour la vie et la sauvegarde du Pays des Grands Causses, 416 p.
- BONTRON Jean-Claude, (1997), *La diversité des espaces ruraux*, colloque "Terroirs, territoires, lieux d'innovation", Université d'Automne, Thonon-les-Bains, INRA – Ministère de l'Agriculture, 2-6 octobre 1995, 196 p.
- BOUCHON-MEUNIER Bernadette, LE GALLOU Francis, (1992), *Systémique, théorie et application*, éditions Lavoisier, GESTA, 341 p.
- BOUREILLE Bernard, GUESNIER Bernard (textes réunis par), (1994), *Dynamique des activités et évolution des territoires*, Association des Sciences Régionales de Langue Française, ADICUEER, en hommage à Pierre MIFSUD, 361 p.
- BOZONNET Jean-Pierre, (1989), *Le lieu de tous les extrêmes, anomie, solidarité, identité territoriale : la montagne secrète-t-elle une société spécifique ?*, Revue de Géographie Alpine, n°1-2-3, pp. 147-160.
- BRACONNIER Raymond (dir.), (1952), *Larousse Agricole*, éditions Larousse, 1152 p.
- BRIAND Hervé, (1999), *L'impact sur le développement territorial de la politique d'AOC*, séminaire de l'EAAE "Aspects socio-économiques de l'origine dans les filières agro-alimentaires : territoires, coordination et institutions", Le Mans, INRA, 28-30 octobre 1999, 9 p.
- BROCHU Guy, (1985), *Les parcs naturels régionaux en France – évolutions et perspectives*, Thèse de Doctorat, Université de Toulouse le Mirail, UFR de Géographie, 208 p.
- BROSSIER Jacques, VALCESCHINI Egizio (édit.), (1991), *Les exploitations agricoles et leur environnement*, INRA, colloque de la Bussière, 27-28 avril 1989, 331 p.
- BRUNET Pierre, (1995), *L'Europe des Appellations d'Origine Protégée agricoles*, Cahiers Nantais, n°43, pp. 95-103.
- BRUNET Pierre, (1995), *Le terroir, fin ou renouveau d'une notion*, Cahiers Nantais, n°43, pp. 7-12.

- BRUNET Pierre, (1999), *Les AOC normandes et leur évolution récente*, Annales de Normandie, Série des Congrès des Sociétés Historiques et Archéologiques de Normandie, volume 4 "Manger et Boire en Normandie", Caen, Musée de Normandie, pp. 19-36.
- BRUNET Pierre (dir.), (1987), *Histoire et Géographie des fromages*, Actes du colloque de Géographie Historique, Centre de Publication de l'Université de Caen, Centre de Recherches sur l'Evolution de la Vie Rurale, n° XI, 341 p.
- BRUNET Roger, (1973), *Structures et dynamismes de l'espace français*, L'Espace Géographique, n°4, pp. 18-41.
- BRUNET Roger, DOLLFUS Olivier, (1990), *Géographie Universelle – Mondes Nouveaux*, Belin, RECLUS, 552 p.
- BRUNET Roger, FERRAS Robert, THERY Hervé, (1993), *Les mots de la Géographie – dictionnaire critique*, Reclus, La Documentation Française, collection Dynamiques du Territoire, 518 p.
- BRUNSCHWIG Gilles (coord.), (2000), *Terroirs d'élevage laitier du Massif Central : identification et caractérisation*, ENITA de Clermont-Ferrand, collection études n°6, Pôle Fromager AOC Massif Central, 224 p.
- BUISSON Jean-Pierre, (2004), *Agriculture : la baisse du prix du lait désespère le bocage*, Le Monde, édition du 16 juin 2004, 1 p.
- BURMEISTER Antje, COLLETIS-WAHL Kristian, (1997), *Les interactions production – transport – espace : quelle(s) logique(s) de proximité(s) ?*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, pp. 363-386.
- CANEVET Corentin, (1988), *Les dynamiques agro-alimentaires en Bretagne (1950-87)*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, n°2, pp. 151-163.
- CANEVET Corentin, (1992), *Le modèle agricole breton, histoire et géographie d'une révolution agro-alimentaire*, Presses Universitaires de Rennes, 397 p.
- CARON Armelle, GALMAN Marina, AUBRY Christine, TORRE André, (2005), *Une analyse de la dynamique des conflits engendrés par "l'écologisation" de l'espace rural – cas du lac de Grand-Lieu*, poster présenté au colloque "Faire Campagne - pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui", UMR ESO, CNRS, Université Rennes II, 17 et 18 mars 2005, 1 p.
- CARRIERE Jean-Paul, FONTALIRAND Bruno, (1998), *Vulnérabilité des SPL en Europe du Sud et recomposition de la DIP*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°5, pp. 727-748.
- CASABIANCA François, SYLVANDER Bertil, NOEL Yolande, BERANGER Claude, COULON Jean-Baptiste, RONCIN François, (2005), *Terroir et Typicité, deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlées – Essai de définitions scientifiques et opérationnelles*, communication au Symposium International PSDR "Territoires et enjeux du développement régional", Lyon, 9-11 mars 2005, 32 p.
- CATTIN Sylvie, (1993), *La construction sociale d'une identité autour de la Tome des Bauges*, Mémoire de Maîtrise en Ethnologie, Université Lumière Lyon 2, Département d'Anthropologie, 195 p.
- Centre d'Initiatives Rurales, (1993), *Roquefort, pour un développement rural solidaire*, Millau, CIR, 80 p.

- Centre de Recherches et d'Etudes Appliquées du Groupe de l'Ecole Supérieure de Commerce de Nantes, (1985), *L'analyse de filière*, éditions Economica, collection Firmes et Systèmes Industriels, Association pour le Développement des Etudes sur la Firme et l'Industrie (ADEFI), 147 p.
- Centre National de Ressources du Tourisme en Espace Rural, (2003), *Tourisme et terroirs*, Revue SOURCE, hors série n°7, 118 p.
- Centre d'Economie Rurale de Haute-Savoie, (2003), *L'année laitière (2003) en Haute-Savoie*, CER de Haute-Savoie, Service Etudes, 15 p.
- CHAARI Nizar, (2000), *Rapports d'échange et mutations des filières agro-alimentaires, modes de coordination dans la filière d'huile d'olive tunisienne*, L'Harmattan, 317 p.
- CHAMPREDONDE Marcelo, (2001), *Stratégies des éleveurs et construction de la qualité dans la filière des viandes bovines. Les cas du sud-ouest pampéen en Argentine*, Thèse de Doctorat en Economie, ESSOR, UTM – ENSAT – ENFA, 343 p.
- CHANTEAU Jean-Pierre, (2001), *L'entreprise nomade – localisation et mobilité des activités productives*, L'Harmattan, collection Economie et Gestion, 236 p.
- CHARVET Jean-Paul, (1985), *Les greniers du monde*, éditions Economica, 368 p.
- CHARVET Jean-Paul, (1994), *La France agricole en état de choc*, éditions Liris, 224 p.
- CHARVET Jean-Paul, (1997), *Evolutions des articulations des agricultures des pays industrialisés aux marchés mondiaux*, Bulletin de l'Association des Géographes Français, n°4, pp. 444-451.
- CHARVET Jean-Paul, SIVIGNON Michel, (2002), *Géographie humaine, questions et enjeux du monde contemporain*, Armand Colin, collection U Géographie, 347 p.
- CHATELIER Vincent, DELATTRE François, (2003), *La production laitière dans les montagnes françaises : une dynamique particulière pour les Alpes du Nord*, INRA Productions Animales, n°16, pp. 61-76.
- CHAZEL François, (1993), *Action collective et mouvements sociaux*, Presses Universitaires de France, collection Sociologie, 267 p.
- CHEN Jim, (1997), *Le statut légal des appellations d'origine contrôlées aux Etats-Unis d'Amérique*, Revue de Droit Rural, n°249, pp. 35-43.
- CHESNAIS Michel, (1972), *L'industrie laitière en Basse-Normandie. Vers des dimensions supra-régionales*, L'Information Géographique, n°4, pp. 179-190.
- CHIA Eduardo, TORRE André, (1999), *Règles et confiance dans un système localisé, le cas de la production de Comté AOC*, Sciences de la Société, n°48, pp. 49-69.
- CHOAY Françoise, (1992), *L'allégorie du patrimoine*, Seuil, collection La Couleur des Idées, 284 p.
- CLARY Danièle, (1993), *Le tourisme dans l'espace français*, Masson, collection Géographie, 358 p.
- CLAVAL Paul, (2001), *Epistémologie de la Géographie*, Nathan, collection Géographie, 266 p.

- CLAVEL-LEVEQUE Monique, LEMARCHAND Guy, LORCIN Marie-Thérèse, (1983), *Les campagnes françaises, précis d'Histoire rurale*, éditions Sociales, collection Comprendre, 312 p.
- CODRON Jean-Marie, D'HAUTEVILLE François, (1998), *Une approche conceptuelle des relations fournisseurs – distributeurs, cas du vin, des fruits de contre-saison et des produits ultra-frais laitiers*, Economie Rurale, n°245-246, pp. 16-23.
- COLLECTIF, (1993), *Aveyron*, éditions Bonneton, Encyclopédies Régionales, 432 p.
- COLLECTIF, (2003), *La multifonctionnalité de l'activité agricole et sa reconnaissance par les pouvoirs publics*, Actes du colloque international de la SFER, 21-22 mars 2004, CIRAD, éditions EDUCAGRI, 922 p.
- COLLECTIF, (2004), *Les transformations des métiers du développement rural en France et en Argentine : de nouvelles compétences pour de nouveaux contextes*, Les Cahiers de Médiations, INRA-SAD éditions, UMR Dynamiques Rurales, UTM – ENSAT – ENFA, 184 p.
- COLLETIS Gabriel, GILLY Jean-Pierre, (1999), *Construction territoriale et dynamiques économiques*, Sciences de la Société, n°48, pp. 25-47.
- COLLETIS Gabriel, PECQUEUR Bernard, (2004), *Révélation de ressources spécifiques et coordination située*, communication aux quatrième journées de la Proximité "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 15 p.
- COLY Bernard, (1996), *Une laiterie pour vivre et travailler sur le Causse*, Revue Transrural Initiatives, n°71, p. 6.
- Commissariat Général du Plan, (1997), *Economie et Territoires*, La Documentation Française, rapport des groupes présidés par Joël BOURDIN, Jacques BOYON et Adrien ZELLER, 467 p.
- Conseil Général de Haute-Savoie, (2003), *Haute-Savoie 2020 : une question d'équilibre*, CG de Haute-Savoie, Schéma d'aménagement et de développement, enjeux et perspectives, 27 pages.
- Conseil National de l'Alimentation, (2002), *Avis sur la compatibilité des techniques de microfiltration avec la production de fromages au lait cru*, CNA, 16 p.
- Conseil National de l'Alimentation, (2002), *La notion de qualité*, CNA, rapport réalisé par B. Sylvander, INRA-UREQUA, 47 p.
- COPPENS Yves, DE ROSNAY Joël, REEVES Hubert, SIMONET Dominique, (1996), *La plus belle histoire du monde*, éditions du Seuil, (1996), 223 p.
- COQUART Dominique, COUZINET Laetitia, DELAHAYE Olivier, FRAYSSIGNES Julien, OLIVIER Valérie, PAILLARD Denis, PILLEBOUE Jean, POUZENC Michael, SIMONNEAUX Jean, (2002), *Valorisation des aménités des espaces ruraux par les produits agroalimentaires de qualité et le tourisme à la ferme*, rapport final INTERREG II c Sud-Ouest Européen / Diagonale Continentale, UMR Dynamiques Rurales (Toulouse, France), Institut d'Etudes Régionales et Urbaines (Coïmbra, Portugal), 164 p.
- COQUART Dominique, MAZENC Louis, (1987), *La production de viande bovine en Midi-Pyrénées et en Bretagne, un élément de la différenciation régionale*, Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, tome 58, fascicule 3, pp. 245-258.

- COQUART Dominique, MAZENC Louis (1992), *Logique de filière et logique territoriale, analyse comparée des productions animales de Midi-Pyrénées dans la concurrence*, Revue d'Economie Méridionale, n°157, vol. 40, pp. 15-34.
- COUDERC Jean-Marie, (1971), *A propos de la Gâtine Tourangelle – réflexions sur le terme de gâtine*, Norois, n°69, pp. 5-23.
- COULON Jean-Baptiste, HAUWUY Agnès, MARTIN Bruno, CHAMBA Jean-François, (1997), *Pratiques d'élevage, production laitière et caractéristiques des fromages dans les Alpes du Nord*, INRA, Productions Animales, n°10 (3), pp. 195-205.
- Cour des Comptes, (2001), *Rapport spécial sur les quotas laitiers accompagné des réponses de la Commission*, Journal Officiel des Communautés Européennes, Rapport spécial n°6/2001, C305, 44<sup>ème</sup> année, 30 octobre 2001, 34 p.
- COURLET Claude, (1995), *L'industrialisation en milieu rural*, Economie Rurale, n°225, pp. 12-14.
- COURLET Claude, (1999), *Territoire et développement*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, pp. 533-545.
- COURLET Claude, (2001), *Territoires et régions – les grands oubliés du développement économique*, L'Harmattan, collection Pour Comprendre, 134 p.
- COURLET Claude, PECQUEUR Bernard, SOULAGE Bernard, (1993), *Industrie et dynamiques de territoires*, Revue d'Economie Industrielle, n°64, pp. 7-21.
- COURTOT Dominique (dir.), (2002), *Territoires, acteurs et agricultures en Rhône-Alpes*, Lyon, INRA, Délégation Permanente à l'Agriculture, au Développement et à la Prospective (DADP), 8 p.
- COUTRE-PICARD Leslie, (1999), *Impact économique des filières fromagères savoyardes*, Revue Purpan, études scientifiques, techniques, économiques, juridiques pour l'agriculture et le milieu rural, n°191, pp. 135-153.
- COUZINET Laetitia, (2005), *Les filières agroalimentaires sous signes officiels de qualité et leurs territoires : étude de la filière avicole Label Rouge du Gers et de son territoire départemental*, Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, ESSOR, mention Géographie, Université de Toulouse le Mirail, 2 tomes (332 et 106 p.).
- COUZINET Laetitia, FRAYSSIGNES Julien, (2002), *Stratégie de marché et développement rural dans les filières de qualité – L'exemple d'Avigers et de Roquefort*, Bulletin de la Société Archéologique, Historique, Littéraire et Scientifique du Gers, CII<sup>ème</sup> année, 3<sup>ème</sup> trimestre, pp. 365-381.
- COUZINET Laetitia, FRAYSSIGNES Julien, (2004), *Filières sous signe officiel de qualité et développement territorial : quelles approches ?*, in *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Artois Presses Université, collection Géographie, dirigé par C. MARGETIC, pp. 149-167.
- COUZINET Laetitia, FRAYSSIGNES Julien, NGUYEN Geneviève, OLIVIER Valérie, (2001), *Encastrement territorial et logiques de proximité – l'exemple d'une AOC fromagère française*, communication au Third Congress on Proximity "New Growth and Territories", Paris, 13-14 décembre 2001, 21 p.

- COUZINET Laetitia, FRAYSSIGNES Julien, POUZENC Michael, SIMONNEAUX Jean, (2002), *La valorisation des aménités rurales comme stratégies d'acteurs : les exemples du Lot et de la filière fromagère AOC Rocamadour*, Economies et Sociétés, série "Systèmes agroalimentaires", AG n°25, pp. 1465-1485.
- CPIE, (1988), *Le Parc Naturel Régional des Grands Causses*, CPIE, Association pour l'Association de Création du PNRGC, 79 p.
- CREVOISIER Olivier, GIGON Nathalie, (2000), *Les spatialités des économies de la grandeur, une application au secteur agro-alimentaire suisse*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°4, pp. 657-682.
- CROIX Nicole (dir.), (2000), *Des campagnes vivantes, un modèle pour l'Europe*, mélanges offerts en hommage au Professeur Jean RENARD, textes réunis sous la direction de Nicole CROIX, CESTAN IRAGUN, 697 p.
- CROZIER Michel, FRIEDBERG Erhard, (1977), *L'acteur et le système, les contraintes de l'action collective*, éditions du Seuil, collection Points Essais, 522 p.
- CUNHA Antonio, (1988), *Systèmes et territoire : valeurs, concepts et indicateurs pour un autre développement*, L'Espace Géographique, n°3, pp. 181-198.
- DA SILVA Elian, LAURENS Dominique, (1995), *Fleurines et Roquefort*, éditions du Rouergue, 287 p.
- DAUCE Pierre, (1986), *Le Morbihan : le "modèle breton" ou la conjugaison d'un mouvement social et de la dynamique agricole agro-alimentaire*, Cahiers d'Economie et de Sociologie Rurales, n°2, pp. 7-60.
- DAUCE Pierre, (1998), *L'évaluation des politiques communautaires de développement régional : enjeux, méthodes, résultats. L'exemple de l'objectif 5b en Bourgogne*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, pp. 379-394.
- DAVIS J., GOLDBERG A., (1957), *A concept of agribusiness*, Harvard University, 135 p.
- DDAF de Savoie, (1999), *Agreste – le lait en Savoie*, DDAF de Savoie, Ministère de l'Agriculture, 4 p.
- DE MONGOLFIER Jean, NATALI Jean-Marc, (1987), *Le patrimoine du futur*, Economica, collection Economie Agricole et Agro-alimentaire, 251 p.
- DE ROSNAY Joël, (1975), *Le Macroscopie, vers une vision globale*, éditions du Seuil, collection Points Essais, 349 p.
- DEBATISSE Michel, (1963), *La révolution silencieuse*, éditions Calmann-Lévy, 275 p.
- DEGENNE Alain, FORSE Michel, (1994), *Les réseaux sociaux*, éditions Armand Colin, collection U Sociologie, 280 p.
- DEHOORNE Olivier, (1998), *Tourisme et développement rural, l'exemple des campagnes aveyronnaises*, Thèse, Poitiers, CGHS, 146 p.
- DELFOSSE Claire, (1992), *La France fromagère*, Thèse pour le nouveau doctorat, Université de Paris I – Panthéon Sorbonne, 2 tomes (343 et 170 p.).

- DELFOSSE Claire, (1997), *Noms de pays et produits de terroir : enjeux des dénominations géographiques*, L'Espace Géographique, n°26-3, pp. 220-230.
- DELFOSSE Claire, (1998), *De l'illustration du genre de vie pastoral au produit patrimonial : le statut des fromages chez les géographes alpins depuis 1920*, Revue de Géographie Alpine, n°4-86, pp. 15-33.
- DELFOSSE Claire, (1999), *Interactions entre qualités et territoires, l'exemple des Bries*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 41-50.
- DELFOSSE Claire, (2004), *L'appellation d'origine du Maroilles. Comment définir l'aire de production d'un fromage en liaison avec celle d'un pays ?*, Ruralia, revue de l'Association des Ruralistes Français, n°15, pp. 115-136.
- DERYCKE Pierre-Henri (textes rassemblés par), (1992), *Espace et dynamiques territoriales*, DATAR, Economica, Association des Sciences Régionales de Langue Française, 336 p.
- DI MEO Guy, (1985), *Les Formations Socio-Spatiales ou la dimension infra-régionale en Géographie*, Annales de Géographie, n°526, pp. 661-690.
- DI MEO Guy, (1987), *Objectivation et représentation des formations socio-spatiales : de l'acteur au territoire*, Annales de Géographie, n°537, pp. 564-594.
- DI MEO Guy, (1991), *La genèse du territoire local : complexité dialectique et espace – temps*, Annales de Géographie, n°559, pp. 273-294.
- DI MEO Guy, (1993), *Les territoires de la localité, origine et actualité*, L'Espace Géographique, n°4, pp. 306-317.
- DI MEO Guy, (1996), *Les territoires du quotidien*, L'Harmattan, collection Géographie Sociale, 208 p.
- DI MEO Guy, (1998), *De l'espace aux territoires – éléments pour une archéologie des concepts fondamentaux de la Géographie*, L'Information Géographique, n°3, pp. 99-110.
- DI MEO Guy, (1998), *Géographie Sociale et territoires*, Nathan Université, collection Fac Géographie, réédition 2001, 320 p.
- DIONNET Marie-Claude, (1987), *Evolution de la production de Camembert en France*, Histoire et Géographie des fromages, Actes du colloque de Géographie Historique, Centre de Publication de l'Université de Caen, Centre de Recherches sur l'Evolution de la Vie Rurale, n° XI, pp. 109-117.
- DIRY Jean-Paul, (1985), *L'industrialisation de l'élevage en France – Economie et Géographie des filières avicoles et porcines*, éditions Ophrys, Ministère de l'Education Nationale, 680 p.
- DIRY Jean-Paul (1988), *Agriculture industrielle et agriculture industrialisée*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, n°2, pp. 125-137.
- DIRY Jean-Paul, (1997), *Filières agro-alimentaires et bassins de production dans les pays développés*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, n°4, pp. 434-443.
- DIRY Jean-Paul, (2002), *Les espaces ruraux*, Armand Colin, collection Campus Géographie, 192 p.



- DOMENECH B., GUMUCHIAN Hervé, ROGER J., (1987), *Marginalité sociale, marginalité spatiale : l'isolement dans les communes rurales de montagne de la région Rhône-Alpes*, Bulletin de la Société Languedocienne de Géographie, n°3-4, pp. 363-368.
- DOMINGO Jean, ELLISALDE Bruno, (1994), *L'espace mondial depuis les années 30*, Bréal, 248 p.
- DOUWE VAN DER PLOEG Jan, RENTING Henk, BRUNORI Gianluca, KNICKEL Karlheinz, MANNION Joe, MARSDEN Terry, DE ROEST Kees, SEVILLA-GUZMAN Eduardo, VENTURA Flaminia, (2000), *Rural development, from practices and policies towards theory*, Sociologia Ruralis, vol. 40, n°4, European Society for Rural Sociology, Blackwell Publishers, pp. 391-408.
- DROUIN Dominique, (1995), *Une bibliographie fromagère : 1550-1994*, Villemendeur, 131 p.
- DUBEUF Brigitte, (1996), *La construction d'un produit de terroir haut de gamme : le Beaufort*, Economie Rurale, n°232, pp. 54-61.
- DUBEUF Brigitte, BURLEREAUX Guy, (1996), *De la qualification des systèmes de production laitière à la qualification d'un territoire : témoignage sur le cas du Beaufort*, Rencontres Recherches Ruminants, n°3, pp. 59-62.
- DUBEUF Brigitte, HAUWUY Agnès, BURLEREAUX Guy, DELOIRE Philippe, (1997), *Milk qualification in Beaufort cheese system : advice for livestock farming system*, fourth international symposium on livestock farming system working group, DIAS, Foulum (Danemark), 22-23 août 1996, actes du colloque, EAAP publications, n°89, pp. 206-211.
- DUBY Georges, WALLON Armand, (1992), *Histoire de la France rurale*, Seuil, 755 p.
- DUMOLLARD Pierre, (1979), *Migrations et évolutions démographiques en Rhône-Alpes (1954-1975)*, Revue de Géographie de Lyon, n°2, pp. 115-126.
- DUPUY Claude (dir.), (1994), *L'industrie de Midi-Pyrénées, entre tradition et modernité*, Presses Universitaires des Sciences Sociales de Toulouse, 260 p.
- DUPUY Claude, GILLY Jean-Pierre (dir.), (1993), *Industrie et territoires en France, 10 ans de décentralisation*, La Documentation Française, collection Economie, 216 p.
- DURAND Dominique, (1992), *La systémique*, Presses Universitaires de France, collection Que-Sais-Je ?, n°1795, 127 p.
- DUVEAU Nicolas, (1995), *La reconnaissance des produits régionaux en AOC – une promotion pour Valençay*, Dossier d'étude Licence Hôtellerie – Restauration, Université Toulouse le Mirail, 110 p.
- DUVERGER Elise, (2003), *Valorisation touristique d'un patrimoine intercommunal grâce à un produit local – exemple de la Communauté de Communes de Sainte-Maure de Touraine et du fromage AOC Sainte-Maure de Touraine*, Mémoire de Maîtrise en Géographie, Université François Rabelais, Département de Géographie de Tours, 222 p.
- EMSELLEM Karine, (2005), *Bellet, un vin dans la ville – le défi de maintenir une AOC à Nice*, poster présenté au colloque "Faire Campagne – pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui", UMR ESO, CNRS, Université Rennes 2, 17 et 18 mars 2005, 1 p.

- ESPINASSE Gisèle, (1931), *Le rayonnement d'une industrie agricole locale : le Roquefort*, Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, tome II, pp. 377-430.
- EYMARD-DUVERNAY François, (1989), *Conventions de qualité et formes de coordination*, Revue Economique, n°2, pp. 329-359.
- EYMARD-DUVERNAY François, BAYART Denis, DE BANDT Jean, FORAY Daniel, (1993), *La négociation de la qualité*, Economie Rurale, n°217, pp. 12-17.
- FAURE Muriel, (2000), *Du produit agricole à l'objet culturel. Les processus de patrimonialisation des productions fromagères dans les Alpes du Nord*, Thèse de Doctorat en Sociologie – Anthropologie, Université Lumière Lyon II, 401 p.
- Fédération Nationale des Coopératives Laitières, (2001), *Les coopératives laitières en France*, FNCL, 6 pages.
- FERAL François, (1980), *L'extension du camp du Larzac et les perspectives de changement économique et social*, L'Economie Méridionale, n°111, tome XVIII, pp. 71-88.
- FERRIER-MAURIN Anne, (2001), *Pour une autre approche du produit de terroir à travers le fromage de Roquefort*, Mémoire de Maîtrise, Université Paris I, Panthéon Sorbonne, 117 p.
- FISCHER André, (1994), *Industrie et espace géographique*, Masson, collection Géographie, 137 p.
- FISCHER André, MALEZIEUX Jacques, (1999), *Industrie et aménagement*, L'Harmattan, collection Villes et Entreprises, 352 p.
- FISCHLER Claude, (1990), *L'omnivore*, éditions Odile Jacob, 414 p.
- FLAMANT Jean-Claude, (1983), *La production de lait de brebis, le modèle de Roquefort et son avenir en France Méridionale*, Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, tome 54, fascicule 3, pp. 327-340.
- FOURCADE-PORNET Colette, (1975), *Un exemple d'analyse d'économie industrielle : le secteur de Roquefort*, L'Economie Méridionale, n°91, pp. 1-28.
- FOURNIER Jean-Marc (dir.), (2001), *Faire la Géographie Sociale aujourd'hui*, Actes du colloque de Géographie Sociale de Caen, 18-19 novembre 1999, Les Documents de la Maison de la Recherche en Sciences Humaines de Caen, n°14, Presses Universitaires de Caen, 260 p.
- FOURNY Marie-Christine, (1987), *Le tourisme dans un projet d'auto-développement micro-régional – Le cas du Beaufortain*, Revue de Géographie Alpine, tome LXXV, n°2, pp. 129-139.
- FRANCFORT Isabelle, OSTY Florence, SAINSAULIEU Renaud, UHALDE Marc, (1995), *Les mondes sociaux de l'entreprise*, éditions Desclées de Brouwer, collection Sociologie Economique, 613 p.
- FRANCOIS Martine, HOSSENLOP Joseph, SYLVANDER Bertil, (1999), *Typicité et mode de production, une typicité fermière ?*, séminaire de l'EAAE "Aspects socio-économiques de l'origine dans les filières agro-alimentaires : territoires, coordination et institutions", Le Mans, INRA, 28-30 octobre 1999, 5 p.

- FRAYSSIGNES Julien, (1998), *Le parc naturel régional des Grands Causses, mise en place et relations avec son environnement socioéconomique*, Mémoire de Maîtrise, Université de Toulouse le Mirail, UFR de Géographie, Laboratoire GEODE, Toulouse, 180 p.
- FRAYSSIGNES Julien, (1999), *Le "système Roquefort", un exemple d'évolution des relations entre une filière et son territoire*, Mémoire de DEA, Université de Toulouse le Mirail, ESSOR, 95 p.
- FRAYSSIGNES Julien, (2001), *L'ancrage territorial d'une filière fromagère d'AOC – l'exemple du système Roquefort*, *Economie Rurale*, n°264-265, pp. 89-103.
- FRAYSSIGNES Julien, (2003), *Case study analysis : The Roquefort cheese supply chain*, in B. SYLVANDER (coord.), *Dolphins WP5 final report, Quality of Life and Management of Living Resources*, Key Action n°5, pp. 163-170.
- FRAYSSIGNES Julien, (2004), *L'ancrage territorial des filières agroalimentaires – le cas des AOC fromagères françaises*, Communication au séminaire INRA – INAO "Produits laitiers", Malbuisson, 9 et 10 mars 2004, 8 p.
- FRAYSSIGNES Julien, (2004), *Les territoires des filières fromagères AOC – emboîtements d'échelles et enjeux de développement*, communication au colloque "Terre, paysannerie, productions agricoles dans l'histoire du Rouergue", Rodez, 4 et 5 juin 2004, 14 p.
- FRAYSSIGNES Julien, (2005), *Les signes officiels de qualité dans les dynamiques de développement territorial : étude géographique à partir des AOC fromagères françaises*, communication au colloque "Faire Campagne – pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui", UMR ESO, CNRS, Université Rennes II, 17 et 18 mars 2005, 19 p. (à paraître).
- FREMONT Armand, (1967), *L'élevage en Normandie – étude géographique*, Association des publications de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Caen, 939 p.
- FREMONT Armand, (1976), *La région, espace vécu*, Presses Universitaires de France, 223 p.
- FREMONT Armand, (1984), *La Basse-Normandie conservatrice et la géographie des notables*, *Hérodote*, n°33-34, pp. 199-212.
- GAFSI Mohamed, LEGAGNEUX Bruno, NGUYEN Geneviève, (2004), *Exploitation agricole et développement territorial : quelles relations les exploitations entretiennent-elles avec leurs territoires ?*, communication au colloque SFER "Systèmes de production agricoles : performances, évolution, perspective", Paris, 18 et 19 septembre 2004, 21 p.
- GALLAGHER Peter, (2002), *Trademarks or colonialism ? The value of Geographical Indications*, communication au Congrès Mondial de la Laiterie, 24-27 septembre 2002, Paris, 15 p.
- GANNE Bernard, (1991), *Les approches du local et des systèmes industriels locaux*, *Sociologie du Travail*, n°4, pp. 545-565.
- GARDET Francis, VENRICH Jean, (1947), *L'évolution de la production et de la commercialisation du Gruyère*, *Sciences, Techniques, Economie Laitière*, n°1, Association des Anciens Elèves de la Section d'Etudes Supérieures des Industries du Lait, pp. 138-163.
- GARNSEY Elisabeth, (1999), *Auto-organisation et émergence des milieux innovateurs*, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, pp. 513-532.

- GAUTIER-TOUCHEFEU François, (2000), *Le développement rural, le développement durable et la gestion patrimoniale*, Thèse de Doctorat en Sciences Politiques, Université de Nantes, 500 pages (2 tomes).
- GAY Christophe-Jean, (1983), *Une ou deux Normandies ? Le point de vue d'un géographe*, Etudes Normandes, n°1, pp. 15-26.
- GEORGE Pierre, (1978), *Précis de Géographie Rurale*, Presses Universitaires de France, 352 p.
- GERBAUX Françoise, BOUDIERES Vincent, MARCELPOIL Emmanuelle, (2004), *De l'utilité de la notion de gouvernance pour analyser les modes de management touristiques locaux : l'exemple de la station des Arcs*, Ingénieries, n° 37, pp. 75-85.
- GERBAUX Françoise (dir.), (1999), *Utopie pour le territoire : cohérence ou complexité ?*, éditions de l'Aube, collection Société et Territoire, 192 p.
- GERVAIS Michel, JOLLIVET Marcel, TAVERNIER Yves, (1977), *Histoire de la France Rurale, 4 : depuis 1914, la fin de la France paysanne*, Seuil, collection Points Essais, 568 p.
- GILBANK Gérard, (1974), *Introduction à la Géographie générale de l'agriculture*, Masson, collection Géographie, 256 p.
- GILLARDOT Pierre, (1997), *Géographie Rurale*, éditions Ellipses, collection Universités Géographie, 208 p.
- GILLY Jean-Pierre, WALLET Frédéric, (2000), *Proximité, hybridation et gouvernance locale*, IERT – LEREPS, proposition de contribution à l'International Journal of Urban Regional Research, 26 p.
- GIRAUD Georges, LEBECQUE Annick, (2000), *Comportement d'achat des consommateurs envers le Camembert AOC de Normandie*, Economie Rurale, n° 258, pp. 19-29.
- GIRAUD-HERAUD Eric, MATHURIN Joël, SOLER Louis-Georges, (2003), *Quelle légitimité à des mécanismes de régulation de l'offre dans les AOP ?*, Economie Rurale, n°277-278, pp. 123-134.
- GLEICK James, (1991), *La théorie du chaos, vers une nouvelle science*, Flammarion, collections Champs, 431 p.
- GOFFI Bruno, (1999), *Le Camembert : histoire, fabrication, terroir, recettes*, éditions Rustica, 128 p.
- GOULD Peter, STROHMAYER Ulf, (2003), *L'évolution de la pensée géographique au XX<sup>ème</sup> siècle*, Géographie, Economie, Société, n°5, pp. 1-30.
- GOUROU Pierre, (1982), *Terres de bonne espérance : le monde tropical*, éditions Plon, 455 p.
- GOUTTEBEL Jean-Yves, (2001), *Stratégies de développement territorial*, éditions Economica, 234 p.
- GRANOVETTER Mark, (2000), *Le marché autrement – les réseaux dans l'Economie* éditions Desclée de Brouwer, collection Sociologie Economique, traduit de l'américain par Isabelle THIS-SAINT-JEAN, 242 p.

- GREFFE Xavier, (2002), *Le développement local*, éditions de l'Aube, DATAR, collection Monde en cours, série Bibliothèque des Territoires, 204 p.
- GUERIN Jean-Paul, (1972), *Les fruitières savoyardes (Savoie et Haute-Savoie)*, Revue de Géographie Alpine, 1972, n°3, pp. 453-466.
- GUERIN Jean-Paul, GUMUCHIAN Hervé, (1977), *Mythes, tourisme hivernal et aménagement de l'espace – l'exemple de la station intégrée*, Revue de Géographie Alpine, tome LXV, n°2, pp. 18-25.
- GUIBERT Martine, (2000), *Les stratégies territoriales des acteurs agro-industriels face au MERCOSUR – les tritrateurs de soja en Argentine*, Thèse de Doctorat, UTM – ENSAT – ENFA, mention Géographie, 392 p.
- GUILLAUME Régis, ZULIANI Jean-Marc, (1999), *Du bassin houiller de Decazeville à la "Mecanic Valley"*, Sciences de la Société, n°48, pp. 157-176.
- GUILLEMOT Hélène, REY Claudine, (2002), *Au pays des pyramides – chèvres, fromages et terroir*, Ecomusée de la Brenne, Municipalité du Blanc, 56 p.
- GUIRAUD Sophie, (1997), *Roquefort, un avenir à affiner*, Ressources, n°139, Midi-Libre, 4 p.
- GUMUCHIAN Hervé, GRASSET Eric, LAJARGE Romain, ROUX Emmanuel, (2003), *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, éditions Anthropos – Economica, collection Géographie, 187 p.
- HAYES Dermot John, LENCE Sergio Herbert., BABCOCK Bruce, (2005), *Geographic indications and Farmer-Owned Brands : why do the US and EU disagree ?*, revue Euro Choices, Agrifood and rural resources issues, vol. 4, n°2, pp. 28-35.
- HERREROS Gilles, LIVIAN Yves-Frédéric, (1994), *L'apport des économies de la grandeur, une nouvelle grille d'analyse des organisations ?*, Revue Française de Gestion, n°101, pp. 43-59.
- HERVIEU Bertrand, (1994), *Les champs du futur*, éditions Juillard, 173 p.
- HINNEWINKEL Jean-Claude, (1999), *Terroirs et "qualité des vins" : quels liens dans les vignobles du nord de l'Aquitaine ?*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 9-19.
- HINNEWINKEL Jean-Claude, (2002), *La vigne, un facteur de construction territoriale en Aquitaine*, Sud-Ouest Européen n°14, pp.79-86.
- HIRCZAK Maud, MOLLARD Amédée, (2004), *Différenciation par la qualité et le territoire versus coordination sectorielle : conflit ou compromis ?*, L'exemple de la Bresse communication aux quatrièmes journées de la proximité "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 17 p.
- HOFER Edouard, (2002), *Le concept d'AOP : un instrument de politique agricole apportant des réponses à des questions très actuelles*, communication au Congrès Mondial de la Laiterie, 24-27 septembre 2002, Paris, 4 p.
- HOUSSEL Jean-Pierre, (2000), *Promotion collective et développement dans la France rurale progressive : l'exemple des Monts du Lyonnais*, Annales de Géographie, n°611, pp. 21-42.
- HURIOT Jean-Marie, (1994), *Von Thiinen, Economie et espace*, Economica, ASRDLE, Bibliothèque de Sciences Régionales, 368 p.

- INRA, (2003), *Les fromages de tradition – Recherches : une histoire d'hommes, d'animaux et de paysages*, INRA mensuel, n°117, 71 p.
- Institut de l'Elevage, (2002), *L'élevage bovin, ovin et caprin – lait et viande au recensement agricole de (2000) : cheptels, exploitations, productions*, Dossier Economie de l'Elevage, n°318, Institut de l'Elevage, OFIVAL, ONILAIT, 68 p.
- Institut de l'Elevage, (2003), *Réforme de la PAC. Le compromis de Luxembourg du 26 juin (2003) – enjeux et premières analyses*, Institut de l'Elevage, Dossier Economie de l'Elevage, n° 329 (numéro spécial), 66 p.
- Institut de l'Elevage, (2004), *Réforme de la PAC et production laitière : scénarios d'évolution à l'horizon 2010-2012*, Dossier Economie de l'Elevage, n°340, 71 p.
- JACOB Philippe, (1991), *Les grandes heures des laitiers en Normandie*, éditions Bertout, CRECET, 317 p.
- JAMET Jean-Paul, (1976), *Le cadre économique et démocratique du développement coopératif*, Revue Paysans, n°115-116, pp. 55-68.
- JEUDY Henri-Pierre, (1990), *Patrimoines en folie*, éditions de la Maison des Sciences et de l'Homme, collection Ethnologie de la France, 298 p.
- JOLLIVET Marcel, MATHIEU Nicole, (1989), *Du rural à l'environnement*, L'Harmattan, Association des Ruralistes Français, 354 p.
- JUSTE-CARRION Juan José, (1998), *Systèmes productifs locaux et marché global, le cas de la Castilla y Leon*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°5, pp. 749-764.
- KAMBOURIS Nicolas, (1994), *Spécificité de la coopérative, une vocation économique et sociale : le cas des coopératives vinicoles*, Mémoire de DEA ESSOR, 94 p.
- KAUFMANN Jean-Claude, (1996), *L'entretien compréhensif*, Nathan, collection Université, 128 p.
- KAYSER Bernard, (1989), *Les Sciences Sociales face au monde rural*, Presses Universitaires du Mirail, collection Amphi 7, 145 p.
- KAYSER Bernard, (1990), *Géographie, entre espace et développement*, Presses Universitaires du Mirail, collection Etat des Lieux, 284 p.
- KAYSER Bernard (dir.), (1983), *Atlas régional et départemental de Midi-Pyrénées : Aveyron*, Service de publication de l'UTM, éditions de l'Aveyron, 78 p.
- KOLLER Daniel, (2002), *La mise en oeuvre du concept "d'Appellation d'Origine Protégée" pour les fromages traditionnels suisses*, communication au Congrès Mondial de la Laiterie, 24-27 septembre 2002, Paris, 8 p.
- KRIFA Hadjila, HERAN Frédéric, (1999), *L'insertion locale des firmes multinationales globales dans le cas des régions de tradition industrielle*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°2, pp. 241-266.
- LACAZE Jean-Paul, (1995), *L'aménagement du territoire*, Flammarion, collection Dominos, 127 p.

- LACOUR Claude, DELAMARRE Aliette, (2003), *40 ans d'aménagement du territoire*, DATAR, La Documentation Française, collection Territoires en Mouvement, 154 p.
- LACROIX André, MOLLARD Amédée, PECQUEUR Bernard, (1998), *La rencontre en qualité et territoire – une relecture de la théorie de la rente dans une perspective de développement territorial*, Second International Conference of the European Society for Ecological Economics "Ecological Economics and Development", Université de Genève (Suisse), 4-7 mars 1998, 20 p.
- LAFOURCHE Isidore, (2002), *Plaidoyer pour la défense du Véritable Camembert de Normandie*, éditions Jean Neymarre, 16 p.
- LAGRANGE Louis (coord.), (1999), *Signes Officiels de Qualité et développement agricole*, actes du colloque SFER – INRA, ENITA, Clermont-Ferrand, 14 et 15 avril 1999, 354 p.
- LAJARGE Romain, ROUX Emmanuel, (2000), *Territoires de projets et projets d'acteurs : la complexité nécessaire*, communication au séminaire ENS – GEOPHILE Fontenay Saint-Cloud "Les territoires locaux construits par les acteurs", 27 avril 2000, 8 p.
- LAURENS Lucette, (1999), *Le long parcours de l'Aubrac... Productions de qualité, développement local et affirmation d'une identité micro-régionale*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 51-60.
- LAURENS Lucette, (2002), *L'aligot de l'Aubrac ou quand le patrimoine s'associe avec une volonté de développement local*, communication au colloque SYAL "Systèmes Agroalimentaires Localisés : produits, entreprises et dynamiques locales", 16-18 octobre 2002, INRA, Montpellier, 13 p.
- LAURET François, (1983), *Sur les études de filières agro-alimentaires*, Economies et Sociétés, tome XVII, n°5, Cahiers de l'institut de Sciences Mathématiques Appliquées, pp. 721-740.
- LEBAUDE Alain, (2004), *Ces emplois non délocalisables*, Dossier Le Monde Initiatives, n°35, p. 13.
- LELOUP Fabienne, MOYART Laurence, PECQUEUR Bernard, (2004), *La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ?*, communication aux quatrième journées de la Proximité "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 15 p.
- LETABLIER Marie-Thérèse, (1993), *Stratégie et organisation de l'entreprise*, Economie Rurale, n°217, pp. 53-59.
- LEVEQUE Jean, (2002), *Pour le Pays d'Auge – contribution à un débat*, Revue Le Pays d'Auge, n°6, pp. 36-45.
- LEVI-STRAUSS Claude, (1971), *Mythologiques – tome 4 : L'Homme nu*, éditions Plon, 700 p.
- LEVY-LEBOYER Claude, (1980), *Psychologie et environnement*, Presses Universitaires de France, collection Le Psychologue, 216 p.
- LINCK Thierry, (1998), *Du territoire produit au développement construit*, Nouvelles Territorialités en Amérique Centrale, Institut des Hautes Etudes sur l'Amérique Latine, Université de Toulouse le Mirail, pp. 1-10.
- LORVELLEC Louis, (1997), *Réponse à l'article du professeur Jim CHEN*, Revue de Droit Rural, n°249, pp. 44-49.

- MACKIEWICZ François, (1983), *Fromages et fromagers de Normandie*, éditions Christine Bonneton, collection Vivre les Traditions, 160 p.
- MAILLE Léon, (1993), *Roquefort, une autre vérité*, Dossier en complément au mensuel Gardarem lo Larzac, n°184, 61 p.
- MANDROU-TAOUBI Françoise, (2001), *Les nouvelles stratégies départementales de développement local : le cas de l'Aveyron*, Sud-Ouest Européen, n°9, pp. 15-24.
- MANOUVRIER Eric, (2004), *L'endive, un produit de terroir du Nord-Pas-de-Calais ?*, Ruralia, Revue de l'Association des Ruralistes Français, n°15, pp. 97-114.
- MANOUVRIER Eric, (2005), *Echelles spatiales et enjeux territoriaux : les relations bassins de production agricole – parcs naturels régionaux, exemple de la valorisation économique de l'endive dans la France du Nord*, Poster présenté au colloque "Faire Campagne – pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui", UMR ESO, CNRS, Université Rennes 2, 17 et 18 mars 2005, 1 p.
- MARCONIS Robert, (1996), *Introduction à la Géographie*, Armand Colin, collection U Géographie, 222 p.
- MARGETIC Christine, (1999), *Filières agro-alimentaires "de qualité" et territoires : l'exemple des filières viande dans le Nord-Pas-de-Calais*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 61-68.
- MARGETIC Christine, (2004), *Proximités et territoires de firmes agro-industrielles*, in Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales Artois Presses Université, collection Géographie, dirigé par C. MARGETIC, pp. 89-108.
- MARGETIC Christine, (2005), *Les agro-industries chez les géographes des campagnes*, communication au colloque "Faire Campagne – pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui", UMR ESO, CNRS, Université Rennes II, 17 et 18 mars 2005, 19 p.
- MARRES Paul, (1935), *Les Grands Causses, étude de géographie physique et humaine*, Thèse de Doctorat, Université de Tours, éditions Arrault et Cie, 2 tomes, 659 p.
- MARTEL Edouard-Alfred, (1936), *Les Causses Majeurs, gorges, causses, grottes et sentiers*, éditions Artières et Maury, 510 p.
- MARTINEZ Dominique, (2004), *coopérative agricole, symbole du lien entre emploi et territoire*, Dossier Le Monde Initiatives, n°35, p. 16.
- MATHIEU Nicole, (1986), *Les dimensions et les acteurs du développement local. Eléments pour une analyse comparée urbain/rural*, Les Cahiers de Fontenay n°41-43, ENS Fontenay Aux Roses, pp. 81-91.
- MATHIEU Nicole, (1990), *La notion de rural et les rapports ville-campagne en France*, Economie Rurale, n°197, pp. 35-41.
- MATHIEU Nicole (dir.), (1995), *L'emploi rural – une vitalité cachée*, L'Harmattan, collection Alternatives Rurales, 186 p.
- MATHIEU Nicole, (1997), *Quelles dynamiques de l'emploi en milieu rural ? Peut-on oser l'expression de "vitalité cachée" ?*, compte-rendu de table ronde, revue Strates, n°9, pp. 197-210.



- MATTEACCIOLI Andrée, (1999), *Auto-organisation et émergence des milieux innovateurs*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, pp. 489-512.
- MAZOYER Marcel (dir.), (2002), *Larousse Agricole*, éditions Larousse, 767 p.
- MENARD Claude, (1997), *L'Economie des Organisations*, La Découverte, collection Repères, 128 p.
- MENDRAS Henri, (1984), *La fin des paysans*, éditions Actes Sud, collection Babel, 439 p.
- MERCIER-GOUIN Daniel, (2004), *La gestion de l'offre dans le secteur laitier, un mode de régulation toujours pertinent*, Groupe de recherche en Economie et Politique Agricoles, Département d'Economie Agroalimentaire et des Sciences de la Consommation, Université de Laval, 21 p.
- MERGOIL Guy, (1987), *Du Roquefort au Bleu des Causses : le destin des "caves bâtarde"*, Histoire et Géographie des fromages, actes du colloque de Géographie Historique, Centre de Publication de l'Université de Caen, Centre de Recherches sur l'Evolution de la Vie Rurale, n° XI, pp. 181-187.
- MERIAUDEAU Robert, (1985), *A qui la terre ? La propriété foncière en Savoie et Haute-Savoie*, Thèse de doctorat d'Etat, Institut de Géographie Alpine, CNECA, 480 p.
- MERMOZ Mélanie, (2004), *À la découverte des grands crus... d'huile d'olive*, Dossier Le Monde Initiatives, n°35, p. 14.
- MERMOZ Mélanie, (2004), *Laguiole et Opinel, les deux couteaux des champs*, Dossier Le Monde Initiatives, n°35, p. 14.
- MILLER Scott, (2003), *EU digs in for food fight with WTO over names*, Wall Street Journal, 13 février 2003, 2 p.
- MOLLARD Amédée, (2001), *Qualité et développement territorial – un outil d'analyse théorique à partir de la rente*, Economie Rurale, n° 261, pp. 16-34.
- MOLLARD Amédée, PECQUEUR Bernard, MOALLA Mehdi, (2001), *Offre de produits et services territorialisés et approche lancastérienne de la demande de biens combinés*, communication au Third Congress on Proximity "New Growth and Territories", Paris, 13-14 décembre 2001, 20 p.
- MONOD Jacques, (1973), *Le hasard et la nécessité, essai sur la philosophie naturelle de la biologie moderne*, éditions du Seuil, collection Points, 244 p.
- MORIN Edgar, (1973), *Le paradigme perdu – la nature humaine*, éditions du Seuil, collection Points Essais, 429 p.
- MORIN Edgar, (1977), *La Méthode : 1 – La nature de la nature*, éditions du Seuil, 413 p.
- MORIN Edgar, (1982), *Science avec conscience*, éditions Fayard, 312 p.
- MOYSSET Jean-Luc, (1994), *Les transports en Aveyron, situation actuelle et problèmes face à la réorganisation des grandes infrastructures de circulation*, Mémoire de Maîtrise, Université Toulouse le Mirail, GEODE, 190 p.

- NEFUSSI Jacques, (2000), *Les filières agroalimentaires : filières de produits ou de services ?*, Déméter, Economie et Stratégies Agricoles, Armand Colin, pp. 9-70.
- NICOLAS François, VALCESCHINI Egizio, (1993), *Agro-alimentaire et qualité, questions aux sciences sociales*, Economie Rurale, n°217, pp. 5-11.
- NICOLAS François, VALCESCHINI Egizio, (1995), *Agro-alimentaire, une économie de la qualité*, éditions INRA, Economica, collection Economie Agricole et Agro-Alimentaire, 433 p.
- O'BRIEN Richard, (1992), *Global financial integration : The end of geography*, Pinter publisher, London, 120 p.
- O'DONNELL Franck, (2003), *Fighting the EC's grands fromages*, The Scotsman, 1<sup>er</sup> octobre 2003, p. 17.
- OFFNER Jean-Marc, PUMAIN Denise, (dir.), (1996), *Réseaux et territoires, significations croisées*, éditions de l'Aube, collection Territoire, 288 p.
- OLIVIER Valérie (coord.), (2003), *Signes Officiels de Qualité : Comment évaluer leurs retombées socio-économiques territoriales ? Une étude prospective dans la région Midi-Pyrénées*, Rapport intermédiaire, Programme de recherches pour et sur le Développement Régional en Midi-Pyrénées (Agriculture, IAA et Espaces ruraux), Dynamiques Rurales (ENSAT, ENFA, UTM), 19 p.
- OLIVIER Valérie, WALLET Frédéric, (2004), *Filières agroalimentaires localisées et développement territorial : à quoi sert la notion de proximités dans l'analyse des rapports entre filière et territoire ?*, communication aux quatrièmes journées de la Proximité "Proximité, réseaux et coordination", 17-18 juin 2004, 26 p.
- ONILAIT, (2003), *L'emploi dans la filière laitière française*, Les cahiers de l'ONILAIT, n°23, 57 p.
- OPTISUD ovins lait, (2000), *Appui technique OPTISUD ovin lait – Rayon de Roquefort : 10 années de résultats*, Optisud ovin lait, 10 pages.
- ORIGIN, (2004), *Localisation within Globalisation : Better Protecting Geographical Indications to favour Sustainable Development*, Annual Public Symposium, Origin Round Table on Geographical Indications, 27 May 2004, Geneva, 4 pages.
- ORLEAN André (dir.), (1994), *Analyse économique des conventions*, Presses Universitaires de France, collection Economie, 403 p.
- OUSSET Jérôme, (1955), *Les rapports entre éleveurs de brebis et industriels de Roquefort*, Revue du Centre Régional de la Productivité des Etudes Economiques, n°12, tome III, pp. 287-310.
- PARGUEL Pierre, BERARD Laurence, MARCHENAY Philippe (dir.), (2002), *Pourquoi cet animal ici ? Manuel pour la définition de l'animal, pour un produit en lien avec son territoire (AOC - IGP)*, compte-rendu n°202-312-0, Institut de l'Elevage, 24 p.
- PECHOUX Pierre-Yves, PILLEBOUE Jean, ROUX Michel, (1972), *Le nord du Causse du Larzac, une renaissance rurale menacée*, Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, tome 43, fascicule 4, pp. 453-468.
- PECQUEUR Bernard, (1995), *La logique de proximité*, Sciences Humaines, hors série n°8, p. 23.

- PECQUEUR Bernard, (1999), *Territoire et nouvelles ressources productives*, Conférence donnée l'Université de Toulouse le Mirail, 4 mai 1999, 13 p.
- PECQUEUR Bernard, (2000), *Le développement local – pour une économie des territoires*, éditions La Découverte, Syros, Collection Alternatives Economiques, 2<sup>ème</sup> édition revue et augmentée, 132 p.
- PECQUEUR Bernard, (2001), *Qualité et développement territorial, l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés*, Economie Rurale, n° 261, pp. 37-49.
- PECQUEUR Bernard, (2002), *Dans quelles conditions les objets patrimoniaux peuvent-ils être support d'activités ?*, Montagnes Méditerranéennes, n°15, pp. 123-127.
- PECQUEUR Bernard (dir.), (1996), *Dynamiques territoriales et mutations économiques*, L'Harmattan, collection Géographies en Liberté, 253 p.
- PEREZ Roland, (1996), *Les stratégies des firmes multinationales alimentaires*, Economie Rurale, n°231, pp. 21-28.
- PERRAT Jacques, (1992), *Stratégies territoriales des firmes transnationales et autonomie du développement régional et local*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°5, pp. 795-817.
- PERRIER-CORNET Philippe, (1986), *Le Massif Jurassien : les paradoxes de la croissance en montagne, éleveurs et marchands solidaires dans un système de rente*, Cahiers d'Economie et de Sociologie Rurales, n°2, pp. 61-121.
- PERRIER-CORNET Philippe, (1990), *Les filières régionales de qualité dans l'agro-alimentaire, étude comparative dans le secteur laitier en Franche-Comté, Emilie Romagne, Auvergne*, Economie Rurale, n°195, pp. 27-34.
- PERRIER-CORNET Philippe, (1992), *Les filières fromagères d'appellation d'origine : éléments d'analyse économique*, communication au colloque "Economie agricole et Santé dans l'Europe Alpine", 11-13 juin 1992, 6 p.
- PERRIER-CORNET Philippe, SYLVANDER Bertil, (2000), *Firmes, coordinations et territorialité, une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine*, Economie Rurale, n°258, pp. 79-89.
- PILLEBOUE Jean, (1999), *La qualité agro-alimentaire et ses territoires productifs*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 1-8.
- PILLEBOUE Jean, (1999), *Les produits agro-alimentaires de qualité, remarques sur leurs liens au territoire*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 69-83.
- PILLEBOUE Jean, (2004), *Les sens du mot "territoire" : grille de lecture pour l'analyse du lien entre les activités agricoles et les espaces ?*, communication à la Journée-Débat "Production Agricole, Qualité, Environnement – quels enjeux pour les territoires ruraux de Midi-Pyrénées ?", ENFA, 15 juin 2004, 7 p.
- PINCHEMEL Philippe et Geneviève, (1994), *La face de la Terre*, Armand Colin, collection U Géographie, 319 p.
- PINCHEMEL Philippe, ROBIC Maire-Claire, TISSIER Jean-Louis, (1984), *Deux siècles de Géographie française – choix de textes*, Comité des Travaux Historiques et Scientifiques, Mémoires de la section de Géographie, n°13, 381 p.

- PIOLLE Xavier, (1991), *Proximité géographique et lien social, de nouvelles formes de territorialité ?*, L'Espace Géographique, n°4, pp. 349-358.
- PITTE Jean-Robert, (1995), *Pour en finir avec le pseudo-terroir – les vrais facteurs de la qualité du vin. Pratiques anciennes et genèse des paysages*, mélanges de Géographie Historique à la mémoire de Jean PELTRE, Université de Nancy 2, Centre d'Etudes et de Recherches sur les Paysages, pp. 195-212.
- PLET Françoise, (1983), *Coopération, productions contractuelles et transformations de l'espace en Limagne*, L'Information Géographique, n°47, pp. 12-22.
- POCHE Bernard, (1996), *L'espace fragmenté : éléments pour une analyse sociologique de la territorialité*, L'Hamattan, 275 p.
- POLANYI Karl, (1983), *La grande transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Gallimard, Bibliothèque de Sciences Economiques, 419 p.
- PORTER Michael E., (1990), *Choix stratégiques et concurrence*, Economica, collection Gestion, 426 p.
- POURRAT Henri, (1955), *L'aventure de Roquefort*, Roquefort-sur-Soulzon, éditions L'Auteur, 236 p.
- POUZENC Michael, (1998), *Implantations et agrandissements de grandes surfaces alimentaires – les faiblesses géographiques des études de marché*, Economie Rurale, n°245-246, pp. 41-48.
- POUZENC Michael, (1999), *Grande distribution alimentaire et recomposition des territoires, études des stratégies d'acteurs dans les zones rurales de Midi-Pyrénées*, Thèse de Doctorat, UTM – ENSAT – ENFA, 574 p. (2 tomes).
- PROULX Marc-Urbain, (1998), *Territoire et développement économique*, L'Harmattan, collection Villes et Entreprises, 314 p.
- QUIVY Raymond, VAN CAMPENHOUDT Luc, (1995), *Manuel de recherches en sciences sociales*, Dunod, collection Psycho Sup, 290 p.
- RAFFESTIN Claude, (1980), *Pour une Géographie du pouvoir*, éditions LITEC, collection Géographie Economique et Sociale, 250 p.
- RALLET Alain, TORRE André, (1995), *Economie Industrielle et Economie Spatiale*, Association des Sciences Régionales de Langue Française, Economica, 473 p.
- RANCE Patrick, GRIGSON Jane, (1991), *The French cheese book*, London, Papermac, 562 p.
- RAY Christopher, (1998), *Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development*, Sociologia Ruralis, vol. 38, n°1, pp. 3-20.
- REEVES Hubert, (1992), *L'heure de s'enivrer*, éditions du Seuil, collection Points Sciences, 290 p.
- REFFAY Annie, (1967), *Vie pastorale d'une moyenne montagne : le Chablais*, Revue de Géographie Alpine, n°3, pp. 401-409.

- REGNAULT Catherine (coord.), (2004), *Caractéristiques sensorielles des fromages, quelles influences des conditions de production du lait ?*, Pôle Fromager Massif Central, INRA, GIS Alpes du Nord, 92 p.
- REMAUD Hervé, FALQUE Alain, (2001), *La fabrication de produits de terroir : base d'un avantage concurrentiel soutenable pour les petites entreprises agroalimentaires ?*, communication au Third Congress on Proximity "New Growth and Territories", Paris, 13-14 décembre 2001, 26 p.
- RENARD Jean, (1997), *Quelques aspects des mutations contemporaines des campagnes françaises*, Bulletin de l'Association des Géographes Français, n°4, pp. 398-406.
- RICARD Daniel, (1993), *Les montagnes fromagères en France : terroirs, agriculture de qualité et appellations d'origine*, Thèse de Doctorat, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, CERAMAC, 493 p.
- RICARD Daniel, (1997), *Stratégies des filières fromagères françaises*, éditions Ria, 223 p.
- RICARD Daniel, (1999), *Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères*, Sud-Ouest Européen, n°6, pp. 31-40.
- RICARD Daniel, (2000), *Le guide du Brie de Meaux : histoire et géographie d'un fromage d'Appellation d'Origine Contrôlée*, Melun, Union Syndicale Interprofessionnelle de Défense du Brie de Meaux, 79 p.
- RICHARD Hubert (dir.), SINSON Hélène (2001), *Lait cru en fromage français*, XV<sup>èmes</sup> entretiens de Bellay, Bellay, 69 p.
- RIEUTORT Laurent, (1993), *L'élevage ovin en France, espaces fragiles et dynamiques des systèmes agricoles*, Thèse de Doctorat, Université Blaise Pascal de Clermont-Ferrand, CERAMAC, 511 p.
- RIEUTORT Laurent, (2003), *Du Rouergue au "Rayon" : la diffusion du "Système Roquefort" (1932-2002)*, "Rouergue, Carrefour d'histoire et de nature", Fédération historique de Midi-Pyrénées, Société des Lettres, Sciences et Arts de l'Aveyron, Toulouse / Rodez, pp. 297-310, 560 p.
- RIEUTORT Laurent, (2004), *Filières d'Appellation d'Origine Contrôlée et territoires agro-industriels en France*, in *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Artois Presses Université, collection Géographie, dirigé par C. MARGETIC, pp. 187-203, 240 p.
- RODESCH Jean, (2003), *Marques et indications géographiques : deux valeurs complémentaires*, communication au colloque Mondial sur les Indications Géographiques, OMPI – USPTO, San Francisco (Californie), 9-11 juillet 2003, 9 p.
- ROMEAS Didier, (1982), *La révolution agro-alimentaire, la dynamique des relations agriculture – IAA en Aveyron de 1880 à 1982*, Thèse en Etudes rurales, Université de Toulouse le Mirail, 559 p.
- ROMERO Christine (dir.), (2003), *Campagnes et société, fonctions et usages des campagnes françaises*, Presses Universitaires d'Orléans, CEDETE, actes du colloque "Le devenir de l'agriculture et des espaces ruraux", Chateauroux, 7-8 décembre 2001, 368 p.
- ROUDIE Philippe, (1995), *La politique française des produits agro-alimentaires d'appellation d'origine contrôlée*, Cahiers Nantais, n°43, pp. 105-112.

- ROUX Michel, (1999), *Géographie et complexité – les espaces de la nostalgie*, L'Harmattan, collection L'Ouverture Philosophique, 335 p.
- SAGLIO Jean, (1991), *Echange social et identité collective dans les systèmes industriels*, Sociologie du Travail, n°4, pp. 529-544.
- SAIVES Anne-Laure, LAMBERT Annie, (2000), *La co-construction de ressources territoriales pour expliquer la diversité des modèles d'ancrage des firmes agroalimentaires*, communication au Symposium "Recherches pour et sur le Développement Territorial", Montpellier, 11-12 janvier 2000, INRA, tome 1, pp. 3-18.
- SALAIS Robert, (1998), *Economie des conventions et territoire, quelques remarques*, in Georges LOINGER et Jean-Claude NEMERY, *Recomposition et développement des territoires, enjeux économiques, processus, acteurs*, l'Harmattan, pp. 73-79. .
- SALAIS Robert, STORPER Michael, (1993), *Les mondes de production, enquête sur l'identité économique de la France*, éditions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 467 p.
- SANTOS Milton, (1984), *Pour une Géographie Nouvelle*, Publisud, 188 p.
- SAUTIER Yves, (1993), *Le fromage d'Abondance Fromages de Savoie : le passé, le passé*, textes réunis par André PALLUEL-GUILLARD, actes du colloque de Beaufort Sur Doron, Société Savoisienne d'Histoire et d'Archéologie, Chambéry, pp. 131-136.
- SAVY Michel, VELTZ Pierre, (dir.), (1993), *Les nouveaux espaces de l'entreprise*, DATAR, éditions de l'Aube, collection Monde en Cours, 200 p.
- SCHEFFER Sandrine, (2002), *Qu'est-ce qu'un produit alimentaire lié à une origine ?*, Thèse ès Géographie, Université Paris I, Panthéon – Sorbonne, UFR de Géographie, 593 p.
- SCHEIBLING Jacques, (1994), *Qu'est-ce que la Géographie ?*, Hachette, collection Géographie, 199 p.
- SEBILLOTE Michel, (1994), *Recherches – système en agriculture et développement rural*, Symposium International, CIRAD – SAR, Montpellier, 476 p.
- SERRES Michel, FAROUKI Nayla, (1997), *Le Trésor, dictionnaire des sciences*, Flammarion, 1098 p.
- SOUFFLET Jean-François, (1983), *Ajustement et adaptation sur les filières*, Economies et Sociétés, tome XVII, n°5, Cahiers de l'institut de Sciences Mathématiques Appliquées, pp. 741-784.
- STAUBLE-TERCIER Nicole, RABOUD-SCHULE Isabelle (dir.), (1999), *Ferments en folie*, Vevey (Suisse), Fondation Alimentarium. 221 p.
- SYLVANDER Bertil (coord.), (2004), *Development of Origin Labelled Products : Humanity, Innovation and Sustainability – Final Report : synthesis and recommendations*, Quality Of Life and Management of Living Resources, Key Action n°5, Sustainable Agriculture, fisheries and forestry, and integrated development of rural areas including mountains areas, Concerted Action, 96 p.
- SYLVANDER Bertil, MARTY Fabrice, (2000), *Logiques sectorielles et territoriales dans les AOC fromagères : vers un compromis par le modèle industriel flexible ?*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, pp. 501-518.

- SYLVESTRE Jean-Pierre (dir.), (2002), *Agriculteurs, ruraux et citadins – les mutations des campagnes françaises*, Educagri, CNDP, Actes et Rapports pour l'Education, 350 p.
- Syndicat de Défense de l'AOC Cantal, (1993), *Le Cantal : histoire d'un grand fromage*, Aurillac, Comité Interprofessionnel des Fromages, 16 p.
- SZARY-AMILHAT Anne-Laure, (1999), *La région, paradoxe territorial néolibéral – analyse de l'impact géographique d'un modèle économique sur le Norte Grande chilien*, Thèse de Doctorat, Géographie et Aménagement, UTM, 412 p.
- TORRE André, (2000), *Economie de proximité et activités agricoles et agroalimentaires – éléments d'un programme de recherche*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, pp. 407-426.
- TORRE André, (2002), *Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles*, Revue d'Economie Industrielle, n°100, pp. 39-62.
- TOZANLI Selma, (1996), *L'évolution des structures des groupes agro-industriels multinationaux pendant le dernier quart de siècle*, Economie Rurale, n°231, pp. 29-38.
- TREGGAR Angela, (2003), *From Stilton to Vimto : using food history to re-think typical products in rural development*, Sociologia Ruralis, vol. 43, issue 2, pp. 91-107.
- UMINATE, (1992), *Un projet pour les Grands Causses, un parc naturel régional*, UMINATE, 5 p.
- VALADIER André, (2002), *L'AOC : un vrai concept de développement économique et d'aménagement territorial*, communication au Congrès Mondial de la Laiterie, 24-27 septembre 2002, Paris, 10 p.
- VANDECANDELAERE Emilie, (2002), *Les "routes des vins" : des réseaux territoriaux pour valoriser le vin au travers de son territoire – les cas du Languedoc Roussillon, de Mendoza et du Western Cape*, communication au colloque SYAL "Systèmes Agroalimentaires Localisés : produits, entreprises et dynamiques locales", 16-18 octobre 2002, INRA, Montpellier, 26 p.
- VANIER Martin, (1995), *Industrie et territoires, l'intervention des finances publiques : pour quoi faire ?*, L'Espace Géographique, n°3, pp. 236-244.
- VELTZ Pierre, (1993), *D'une Géographie des coûts à une Géographie de l'organisation*, Revue Economique, n°4, volume 44, pp. 671-684.
- VERGNEAU Gustave, (1988), *Le remodelage de la Géographie des Industries Agro-Alimentaires en France*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, n°2, pp. 139-150.
- VEYRET Paul, (1949), *La Géographie du lait*, Revue de Géographie Alpine, fascicule 1, pp. 109-125.
- VEYRET Paul, (1971), *Nouveautés dans l'équipement hydroélectrique des Alpes françaises du Nord*, Revue de Géographie Alpine, n°1, pp. 63-76.
- VEYRET-VERNER Germaine, (1959), *Le deuxième révolution économique et démographique des Alpes du Nord : les sports d'hiver – réflexions et suggestions*, Revue de Géographie Alpine, n°3, pp. 293-306.

- VEYRET-VERNER Germaine, (1962), *Aspects économiques et humains des Alpes françaises du Nord – les problèmes de la moyenne montagne*, Revue de Géographie Alpine, n°2, pp. 147-212.
- VIALLET Maxime, (1987), *Les fromages et la biotechnologie – le cas du fromage de Beaufort*, communication au colloque de l'Université de Savoie, 10 avril 1987, 4 p.
- VIDAL DE LA BLACHE Paul, (1921), *Principes de Géographie Humaine*, Manuscrits publiés par Emmanuel DE MARTONNE, éditions Utz, Centre National des Lettres, 351 p.
- VITRAC Eric, (2002), *Bals populaires et dynamiques socio-spatiales – recherche sur les pratiques territoriales de danseurs gersois, haut-viennois et tarnais*, Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, UTM – ENSAT – ENFA, GRESOC, 351 p.
- VIVIER Dominique, (1992), *Les micros-marchés de produits de qualité, un atout pour le développement des montagnes d'Europe (l'exemple du fromage de Beaufort – Alpes françaises)*, Revue de Géographie Alpine, n°4, tome LXXX, pp. 18-29.
- VON BERTALLANFY Ludwig, (1993), *Théorie Générale des Systèmes*, éditions Dunod, 307 p.
- WACKERMANN Gabriel, (2000), *Géographie Humaine*, éditions Ellipses, collection Université Géographie, 352 p.
- WEBER Eugen, (1983), *La fin des terroirs. La modernisation de la France rurale (1870-1914)*, Librairie Arthème Fayard, éditions Recherches, 844 p.
- ZIMMERMANN Jean-Benoît, (1997), *La proximité : un programme de recherche ?*, texte provisoire d'introduction au débat – colloque "Proximité", 5-6 mai 1997, Lyon, 16 p. (diffusion restreinte).
- ZIMMERMANN Jean-Benoît, (1998), *Nomadisme et ancrage territorial, propositions méthodologiques pour l'analyse des relations firmes – territoire*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°2, pp. 211-230.
- ZIMMERMANN Jean-Benoît (coord.), (1995), *L'ancrage territorial des activités industrielles et technologiques – une approche méthodologique*, Rapport final, Commissariat Général du Plan, Convention d'Etudes n°2394, 86 p.
- ZIMMERMANN Jean-Benoît (coord.), (1998), *Construction territoriale et dynamiques productives*, Rapport final, Commissariat Général du Plan, Convention d'Etudes n°18/1997, 261 p.



## Documentation professionnelle

- ANONYME, (1980), *Le Beaufort : un fromage montagnard*, Revue des ENIL, n°51, pp. 15-18.
- ANONYME, (1992), *Fromages AOC, une image à affiner et à affirmer*, La Voix Lactée, n°338, pp. 14-15.
- ANONYME, (1995), *La France compte 100 000 à 150 000 producteurs d'AOC*, Agra Presse, n°2528, pp. 20-21.
- ANONYME, (1995), *Le monde de Roquefort, une interprofession vigilante*, Bulletin d'Information de la Mutualité Agricole, n°477, pp. 4-7.
- ANONYME, (1996), *Des AOC à la consommation très régionalisée*, Produits Frais, n°40, pp. 31-32.
- ANONYME, (1997), *Seconde sur le marché du Roquefort, la laiterie fromagerie Alric connaît une constante évolution depuis 10 ans*, Industries Alimentaires et Agricoles, n°1-2, pp. 35-36.
- ANONYME, (1998), *Fromages AOC – le terroir en plein essor*, Points de Vente, n°709, pp. 38-39.
- ANONYME, (2000), *Fromagerie Jacquin : entre tradition et modernité*, Linéaires, n°151, p. 112.
- ANONYME, (2001), *L'indiscutable suprématie des AOC*, Points de Vente, supplément au n°844, pp. 34-35.
- ANONYME, (2001), *Microfiltration : que restera-t-il du lait cru ?*, L'amateur de fromage, n°31, pp. 13-16.
- ANONYME, (2001), *Naissance et mort annoncées du lait cru microfiltré*, L'amateur de Fromage, n°32, pp. 15-17.
- ANONYME, (2002), *Roquefort se mobilise pour garder la Feta*, Profession Fromager, n°3, p. 16.
- ANONYME, (2003), *Les fromages AOC d'Europe se regroupent*, La Voix Lactée, n° 477, FNCL, p. 8.
- ANONYME, (2003), *Assemblée générale de l'ACLCCP : coopératives prêtes au défi*, La Voix Lactée, n° 477, FNCL, pp. 3-8.
- ANONYME, (2004), *Etude SOFRES : réaction des éleveurs laitiers face à la réforme de la PAC*, La Voie Lactée, n°485, p. 6.
- ANONYME, (2004), *Les AOC laitières françaises passent à l'AOP européenne*, Revue Laitière Française n°643, p. 5.
- ANONYME, (2004), *Producteurs de lait : la question des astreintes*, La Voix Lactée, n°487, pp. 2-6.
- ANONYME, (2004), *Un programme stratégique en faveur de la filière laitière*, La Voix Lactée, n°486, pp. 2-5.

- ATLA Synthèses, (2001), *Qui consomme les fromages AOC ?*, Réussir la Chèvre, n°242, p. 10.
- AUMONT Jérôme, (2002), *Le Camembert en quête de stratégie*, Profession Fromager, n°2, pp. 21-29.
- AUMONT Jérôme, (2003), *Les AOC en quête d'image*, Profession Fromager, n°1, pp. 11-25.
- BARBIN Gérard, (2003), *Le nouveau portrait de l'élevage caprin*, La Chèvre, n°255, pp. 14-17.
- BARNABE Jean-Michel, (1995), *Le Reblochon (1<sup>ère</sup> partie)*, Revue des ENIL, n°183, pp. 10-12.
- BARNABE Jean-Michel, (1995), *Le Reblochon (2<sup>ème</sup> partie)*, Revue des ENIL, n°188, pp. 8-13.
- BARNABE Jean-Michel, (1996), *Le Reblochon (3<sup>ème</sup> partie)*, Revue des ENIL, n°188, pp. 10-13.
- BEAUCHAMP Jean-Jacques, (2003), *Lait d'été : éviter le trou normand*, Tech'Agri, n°35, pp. 7-10.
- BICARD Daniel, (1996), *Roquefort : comment une AOC s'exporte dans 75 pays*, LSA n°1494, p. 100.
- BORSONI Catherine, (2001), *Le marché des fromages reprend confiance et renoue avec la croissance*, Points de vente, n°852-853, pp. 56-58.
- BOSSIS Nicole, (2003), *Les fromagers fermiers prédominent dans le Centre*, La Chèvre, n°255, p. 21.
- BRENET Gérard, (1985), *Le Reblochon*, Revue des ENIL, n°99, pp. 6-10.
- BRICE Gérard, (2003), *Le succès du traitement lumineux se confirme*, La Chèvre, n°255, pp. 24-28.
- BUREL Dominique, (2002), *Codex Alimentarius : maintenir les normes de produits*, Revue Laitière Française, n°624, pp. 24.
- CALBRIX Gérard, (2003), *Bilan des marchés laitiers et tendances de l'innovation alimentaire et laitière pour 2003*, Atlasynthèses, n°109, pp. 7-10.
- CALBRIX Gérard, (2004), *La consommation de produits laitiers en 2003*, Atlasynthèses, n°107, pp. 14-16.
- CARANTINO Sabine, (2002), *AOC : qui dit mieux ?*, Profession Fromager, n°3, pp. 8-11.
- CARANTINO Sabine, (2003), *Protection de l'origine : il est urgent d'agir !*, Revue Laitière Française, n°634, p.13.
- CARANTINO Sabine, (2004), *AOC : des contrôles plus ciblés*, Revue Laitière Française n°642, pp. 29-32.
- CARANTINO Sabine, (2004), *Prix du lait : pas d'accord sur une recommandation nationale*, Revue Laitière Française n°644, p. 6.
- CARLIER Jean-Pierre, (2002), *Vers une deuxième réforme de la PAC*, Revue Laitière Française, n°624, pp. 36-40.

- CARLIER Jean-Pierre, (2004), *L'élargissement de l'Union Européenne : haut risque pour la politique laitière*, Revue Laitière Française, n°642, pp. 4-5.
- CHAILLOUET Dominique, (2002), *Les fromages AOC veulent faire encore mieux*, Les Marchés, n°31, pp. 42-50.
- Chambre Régionale d'Agriculture de Normandie, (2001), *Organisation Mondiale du Commerce – sensibilité des filières agroalimentaires normandes*, CRA de Normandie, Groupe Prospective, 47 p.
- CHAUSSON Frédéric, (2002), *La filière laitière française entre tradition et mondialisation*, Revue Laitière Française, n°624, pp. 14-16.
- CIDIL (1997), *Etat des lieux et perspectives des produits laitiers AOC*, CIDIL, éditions Etudes Marketing, 57 p.
- CIDIL, (1999), *Le Fromage*, Marketing Actualités, CIDIL, 4 p.
- CIDIL, (2000), *Le label AOC et ses consommateurs – notoriété, réassurance*, CIDIL, document de travail, 4 p.
- CIDIL, (2001), *20 ans de communication collective du secteur laitier*, CIDIL, 68 p.
- CIDIL, (2001), *La consommation de fromages AOC*, CREDOC, CIDIL, éditions Etudes Marketing, 65 p.
- CIDIL, (2001), *Le marché du fromage*, Repères, CIDIL, 8 p.
- CIDIL, (2001), *Le marché du fromage*, Repères en RHF, CIDIL, 6 p.
- CIDIL, (2002), *France – terre de lait*, CIDIL, 115 p.
- CIDIL, (2002), *Le marché du fromage*, Repères, CIDIL, 1<sup>er</sup> semestre 2002, 6 p.
- CIDIL, (2002), *Réflexion sur la situation des rayons fromages dans le nouveau concept Monoprix de la rue de Vaugirard*, Marketing Actualités, CIDIL, 8 p.
- CIDIL (2002), *Situation de l'AOC fromage et conditions d'un nouveau développement*, MFR Stratégies, CIDIL, éditions Etudes Marketing, 77 p.
- CIDIL (2003), *Les hard-discounters stimulent les ventes*, Revue Laitière Française, n°631, pp. 12-13.
- CNIEL, (2003), *Les priorités de la filière laitière française face aux propositions de la réforme de l'OCM lait et produits laitiers*, Document de travail, CNIEL, 18 p.
- COLLECTIF, (2005), *Sauvegarder la biodiversité en micro-organismes*, Revue Laitière Française, n°651, pp. 21-29.
- CONTE Annick, (2004), *La filière entre dans une zone de grandes turbulences*, Revue Laitière Française, n°638, pp. 8-9.
- CONTOUR Benoît, (1999), *AOC fromagères normandes : recentrage sur le terroir*, Revue Laitière Française, n°592, pp. 22-25.

- DOUARD Alain, (1994), *Roquefort bio : un fromage qui met le cap sur l'Europe du Nord*, Nature et Progrès, n°140, pp. 9-12.
- FINIEL Paule, GAFFIER Francis, (1999), *Le Pérail : un fromage de brebis de terroir*, Revue des ENIL, n°222, pp. 33-36.
- FNCL, (2004), *L'avenir de la filière laitière française*, La Voie Lactée, n°481, pp. 5-8.
- FNCL, (2004), *Prix du lait : pourquoi tant de difficultés ?*, La Voie Lactée, n°481, pp. 2-5.
- GREGOIRE Sophie, (2003), *Les enjeux pour les Indications Géographiques*, Atlasynthèses, n°105, pp. 11-12.
- GRIFFOUL Bernard, (2001), *Au pays du Roquefort, le Pérail en route pour l'AOC*, Revue Laitière Française, n°614, pp. 23-25.
- GRIFFOUL Bernard, (2003), *Le lien au terroir de mieux en mieux cerné*, Réussir Lait Elevage, n°164, pp. 54-59.
- GRYNSPAN André, (2004), *S'adapter à la réforme de la PAC : un programme stratégique pour la filière laitière*, Revue Laitière Française n°644, pp. 4-5.
- HORTES Laurent, (1998), *La laiterie Alric-Papillon vendue à des investisseurs*, Midi-Libre, 20 septembre 1998, 1 p.
- HUMBERT Florence, (2004), *Fromages AOC : un patrimoine menacé*, Que Choisir, n°414, pp. 45-49.
- Institut de l'Elevage, (1999), *Résultats de contrôle laitier des espèces bovine et caprine – France 1998*, Institut de l'Elevage, France Contrôle Laitier, Département Génétique, Identification et Contrôle des Performances, 74 p.
- Institut de l'Elevage, (2001), *Les AOC caprines toujours dynamiques*, Réussir la Chèvre, n°245, p. 7.
- JACOB Yves, (2003), *Produits fermiers, produits du terroir : quelles perceptions pour le consommateur ?*, Tech'Agri, n°35, pp. 3-6.
- JIROU-NAJOU Caroline, (1995), *AOC : un marché de 7 milliards de francs*, Produits Frais, n°35, pp. 28-29.
- JIROU-NAJOU Caroline, (1995), *Les AOC, ces inconnues*, Produits Frais, n°35, pp. 29-30.
- JIROU-NAJOU Caroline, (1995), *Quand appellation rime avec formation*, Produits Frais, n°35, pp. 30-34.
- JIROU-NAJOU Caroline, (1995), *Rocamadour, bleu du Vercors : enfin l'AOC*, Produits Frais, n°35, pp. 36-38.
- JIROU-NAJOU Caroline, (1995), *Un concept peu vendu*, Produits Frais, n°35, pp. 34-36.
- LE JAOUEN Jean-Claude, (2001), *Chavignol en hausse*, Réussir la Chèvre, n°244, p. 12.
- LE JAOUEN Jean-Claude, (2003), *Les grandes mutations de l'élevage caprin*, La Chèvre, n°254, pp. 16-20.

- LEMOINE Rita, (1994), *La filière laitière normande cumule les atouts*, Revue Laitière Française, n°541, pp. 9-13.
- LEMOINE Rita, (1998), *Le site de Saint-Georges réservé aux spécialités au lait de brebis*, Revue Laitière Française, n°586, pp. 32-33.
- LEMOINE Rita, (1999), *Trop d'incohérences pour que les AOC puissent se développer pleinement*, Revue Laitière Française, n°592, pp. 16-17.
- LEMOINE Rita, (2002), *La France a défendu l'identité des produits laitiers au Codex*, Revue Laitière Française, n°622, p. 10.
- LEMOINE Rita, (2003), *Congrès de l'ANAOF : renforcer la crédibilité des AOC*, Revue Laitière Française, n°635, p. 8.
- LEMOINE Rita, (2003), *En 20 ans, la consommation du beurre a baissé de 43 % en France*, Revue Laitière Française, n° 635, p. 19.
- LEMOINE Rita, (2003), *La Reconnaissance de l'AOC Banon*, Revue Laitière Française, n°629, p. 11.
- LEMOINE Rita (2003), *Lancement d'un plan d'actions pour défendre le prix du lait*, Revue Laitière Française, n°637, p. 10.
- LEMOINE Rita, (2003), *Le revenu des producteurs à la une*, Revue Laitière Française, n°629, p.12.
- LEMOINE Rita, (2003), *Les priorités face aux propositions de la réforme de l'OCM lait et produits laitiers*, Revue Laitière Française, n°629, pp. 6-7.
- LEMOINE Rita, (2003), *Plus de performances pour les AOC françaises*, Revue Laitière Française, n°629, p.10.
- LEMOINE Rita, (2003), *Prix du lait : repartir sur de nouvelles bases*, Revue Laitière Française, n°637, p. 9.
- LEMOINE Rita, (2004), *Gérard Budin succède à Jean Le Vourch à la présidence de la FNCL*, Revue Laitière Française, n°642, pp. 6-7.
- LEMOINE Rita, (2004), *Graindorge : à Livarot, la fromagerie renaît de ses cendres*, Revue Laitière Française, n°646, pp. 33-35.
- LEMOINE Rita, (2004), *La restructuration des entreprises s'impose*, Revue Laitière Française n°643, pp.10-14.
- LEMOINE Rita, (2004), *Le Hard Discount progressera encore*, Revue Laitière Française, n°638, 2004, pp. 4-5.
- LEMOINE Rita, (2004), *Les syndicats AOC se prononcent sur la PAC*, Revue Laitière Française, n°639, pp. 10-11.
- LEMOINE Rita, (2004), *Prix du lait : des négociations très difficiles*, Revue Laitière Française, n°639, pp.6-7.

- LEMOINE Rita, (2004), *Tome des Bauges : l'appellation d'origine dynamise la fabrication*, Revue Laitière Française, n°639, pp. 29-31.
- LEMOINE Rita, (2004), *Xavier-Paul RENARD combat les idées reçues*, Revue Laitière Française, n°642, p. 9.
- LESUEUR Jean-Luc, (1990), *Le fromage d'Abondance*, Revue des ENIL, n°142, pp. 17-22.
- LESUEUR Jean-Luc, (1999), *Innovations technologiques et respect des traditions sont-ils compatibles ? L'avenir des AOC fromagères françaises (première partie)*, Revue des ENIL, n°219, pp. 13-18.
- LESUEUR Jean-Luc, (1999), *Innovations technologiques et respect des traditions sont-ils compatibles ? L'avenir des AOC fromagères françaises (deuxième partie)*, Revue des ENIL, n°224, pp. 7-14.
- OLIVIERI Madeleine, (2005), *Les fondamentaux de l'AOC en ligne de mire*, Revue Laitière Française, n°655, p. 6.
- ONILAIT, (2003), *Cahier statistique*, ONILAIT, 78 p.
- PINTA-COSTA Isabelle, (2004), *Une nette amélioration au premier semestre 2004*, Revue Laitière Française, n°646, pp. 16-17.
- PSALMON Gilles, (2002), *Une organisation laitière structurée et active*, Revue Laitière Française, n°624, pp. 17-19.
- PSALMON Gilles, (2003), *Des outils réglementaires en faveur de la montagne*, Revue Laitière Française, n°628, pp. 14-17.
- PSALMON Gilles, (2003), *Prix du lait – un accord en évolution*, Revue Laitière Française, n°629, pp. 4-5.
- PSALMON Gilles, (2004), *2004, première année des bouleversements*, Revue Laitière Française, n°639, pp. 4-5.
- RABARD Myriam, (2001), *Les AOC normandes défendent leur spécificité*, Points de Vente, n°847, p. 18.
- RAYNAL Fabrice, (1996), *La filière à l'heure de la révision du décret AOC*, La Volonté Paysanne, 31 octobre 1996, pp. 16-17.
- REIBEL Christophe, (2001), *Le chantier des AOP et des IGP*, Revue Laitière Française, n°612, pp. 18.
- RENARD Anne-Caroline, (1988), *Fromages AOC, un marché régionalisé*, Revue Laitière Française, n°586, pp. 16-17.
- RENARD Anne-Caroline, (1999), *Les AOC d'Auvergne en quête de revalorisation*, Revue Laitière Française, n°592, p. 20.
- RENARD Anne-Caroline, (1999), *Les AOC proposées de plus en plus en libre service*, Revue Laitière Française, n°592, pp. 18-19.

- RENARD Anne-Caroline, (2002), *L'AOP Feta engendrerait des conséquences économiques et commerciales non négligeables*, Revue Laitière Française, n°622, p. 20.
- RENARD Anne-Caroline, (2002), *Le Péril toujours en route pour l'AOC*, Linéaires, n°175, p. 110.
- RENARD Anne-Caroline, (2002), *Les fromages AOC français peuvent mieux faire*, Revue Laitière Française, n°622, pp. 22-25.
- RENARD Anne-Caroline, (2002), *Les Indications Géographiques mieux protégées au niveau mondial*, Revue Laitière Française, n°622, pp. 18-19.
- RENARD Anne-Caroline (2002), *Meilleure protection des AOP-IGP au niveau mondial*, Revue Laitière Française, n°624, p. 17.
- RENARD Anne-Caroline, (2003), *Associer dénomination montagne et signes de qualité, les avis divergent*, Revue Laitière Française, n°628, pp. 18-21.
- RENARD Anne-Caroline (2003), *Le Chèvre garde la forme*, Revue Laitière Française, n°629, pp. 16-18.
- RENARD Anne-Caroline, (2004), *Le côté rationnel du consommateur profite au hard discount et aux MDD*, Revue Laitière Française, n°638, pp. 18-19.
- RENARD Anne-Caroline, (2004), *Une campagne nationale pour sensibiliser à l'appellation d'origine*, Revue Laitière Française, n°642, pp. 24-28.
- RENARD Anne-Caroline, (2005), *Filières AOC fromagères, un avenir sous conditions*, Revue Laitière Française, n°652, pp. 18-26.
- RICHARD Anne, (1991), *AOC : un monde de contrastes*, Linéaires, n°51, pp. 29.
- RICHARD Anne, (1991), *Bleus, dynamisés par le libre service*, Linéaires, n°51, pp. 42-44.
- RICHARD Anne, (1991), *Ces AOC nées en libre service*, Linéaires, n°51, pp. 38-39.
- RICHARD Anne, (1991), *Chèvres, le Crottin mène la danse*, Linéaires, n°51, pp. 46-47.
- RICHARD Anne, (1991), *Comté, une AOC de poids*, Linéaires, n°51, pp. 47-48.
- RICHARD Anne, (1991), *La problématique des AOC*, Linéaires, n°51, pp. 31-32.
- RICHARD Anne, (1991), *Leclerc Moisselles : un rayon jalonné par les AOC*, Linéaires, n°51, pp. 50-51.
- RICHARD Anne, (1991), *Les AOC tombent dans le giron des grands groupes laitiers*, Linéaires, n°51, pp. 40-41.
- RICHARD Anne, (1991), *Marques et appellations : la compétition*, Linéaires, n°51, p. 36.
- RICHARD Anne, (1991), *Vers une reconnaissance européenne ?*, Linéaires, n°51, pp. 34-35.
- RICHARD Anne, (2002), *Congrilait 2002, Les Appellations d'Origine Protégées : des divergences à l'international*, Revue Laitière Française, n°626, pp. 10-11.

- RICHEMBUSH Valérie, (2004), *Paysan Breton valorise le mix matière grasse*, Revue Laitière Française, n°642, pp. 12-13.
- RIVIERE Jean-François, (2003), *La Fromagerie Segré joue la carte de la tradition*, La Chèvre, n°255, pp. 37-39.
- ROQUE Monique, (2002), *Le Cantal : saura-t-il reconquérir ses lettres de noblesse ?*, Profession Fromager, n°1, pp. 21-25.
- ROQUE Monique, (2002), *Le Reblochon en campagne*, L'amateur de fromage, n°3, pp. 24-29.
- ROSSIGNOL Lorraine, (2002), *Le Cabecou d'autan vise le label rouge*, Profession Fromager, n°2, p. 14.
- ROUSSELIN-ROUSVOAL Fanny, 2002, *Les AOC poursuivent leur chemin*, Linéaires, n°173, p. 82.
- ROUYER Benoît, (2004), *Les mutations industrielles en Europe et dans le Monde*, La Voix Lactée, n°485, pp. 2-5.
- ROY Marie-France, (2001), *Comment valoriser les AOC*, Réussir la Chèvre, n°246, pp. 23-24.
- SEIZELARD Jean, (2003), *Cabrilis ouvre ses portes*, La Chèvre, n°257, pp. 5-6.
- SIMON-BABIN Monique, (1983), *La Région Centre*, La Chèvre, n°139, pp. 13-18.
- SINCHET Ghislaine, (1996), *Cantorel et Valmont voient rouge*, Linéaires, n°101, pp. 91-92.
- SINCHET-LABASSE Ghislaine, (1996), *Carrefour en pince pour l'AOC*, Linéaires, n°110, pp. 89-92.
- SINCHET-LABASSE Ghislaine, (1996), *L'AOC : un potentiel à préserver*, Linéaires, n°110, pp. 82-83.
- SINCHET-LABASSE Ghislaine, (1996), *Le Jura et la Savoie sur les sommets*, Linéaires, n°110, pp. 76-78.
- SINCHET-LABASSE Ghislaine, (1996), *Stratégie : une région, une marque*, Linéaires, n°110, pp. 93-94.
- SINCHET-LABASSE Ghislaine, (1997), *Le brebis : un potentiel encore inexploité*, Linéaires, n°116, pp. 112-122.
- SOFRES, (2004), *Réaction des éleveurs laitiers face à la réforme de la PAC*, La Voix Lactée, n°485, pp. 6-7.
- TAILLEFER Florence, (1998), *Les fromages AOC se remettent en question*, Linéaires, n°129, p. 114.
- TURPAULT Jean-François, (2003), *Région Centre : une histoire des fromages de chèvre*, La Chèvre, n°255, pp. 21-23.
- UGUET Julien, (2003), *Ces AOC qui paient le plus*, PLM, n°18, pp. 14-17.



- VACHERET Florent, (1998), *Coupe : faut-il miser sur les AOC ou les marques ?*, Linéaires, n°132, pp. 120-121.
- VACHERET Florent, (1998), *Procès Entremont / Besnier : l'épilogue approche*, Linéaires, n°132, p. 122.
- VACHERET Florent, (1999), *"Nous redoutons plus une médiatisation que dix listeria"*, Linéaires, n°141, p. 106.
- VACHERET Florent, (1999), *"Un choix large n'est qu'une dette envers le client"*, Linéaires, n°141, p. 110.
- VACHERET Florent, (1999), *AOC : l'avenir passera-t-il par les MDD ?*, Linéaires, n°141, pp. 104-105.
- VACHERET Florent, (1999), *Du rififi sur le Camembert AOC*, Linéaires, n°141, p. 114.
- VACHERET Florent, (1999), *Les chèvres grimpent la pente*, Linéaires, n°141, p. 113.
- VACHERET Florent, (1999), *Listéria : si ça continue...*, Linéaires, n°141, p. 112.
- VACHERET Florent, (1999), *Mieux connaître les nouvelles AOC...*, Linéaires, n°141, p. 116.
- VACHERET Florent, (2000), *Les fromages traditionnels ne veulent pas mourir*, Linéaires, n°151, p. 109.
- VACHERET Florent, (2000), *Les valeurs sûres font gagner les bleus*, Linéaires, n°151, pp. 120-121.
- VACHERET Florent, (2000), *Libre service : une hiérarchie prix difficile à bousculer*, Linéaires, n°151, pp. 122-124.
- VACHERET Florent, (2000), *Société, la star du papier glacé*, Linéaires, n°151, p. 126.
- VACHERET Florent, (2001), *Les AOC à qui perd gagne*, Linéaires, n°156, p. 110.
- VACHERET Florent, (2001), *Les AOC retrouvent des couleurs*, Linéaires, n°156, pp. 98-99.
- VACHERET Florent, (2001), *Les bonnes recettes d'Auchan Epagny*, Linéaires, n°156, pp. 106-107.
- VACHERET Florent, (2001), *Les hypers, circuit de prédilection des appellations*, Linéaires, n°156, pp. 108-109.
- VACHERET Florent, (2001), *N'oubliez pas les chèvres AOC !*, Linéaires, n°156, pp. 101-102.
- XERFI, (2000), *Le marché des fromages*, XERFI, Secteurs 700, 51 p.

# Table des matières

<b>Sommaire .....</b>	<b>7</b>
<b>Liste des sigles utilisés .....</b>	<b>8</b>
<b>Table des illustrations .....</b>	<b>11</b>
Liste des tableaux .....	11
Liste des cartes .....	11
Liste des graphiques .....	12
Liste des figures.....	13
Liste des schémas .....	13
Liste des photos .....	13
<b>Avertissement .....</b>	<b>14</b>
 <b>Introduction</b>	
<b>La dimension territoriale des filières fromagères AOC,</b>	
<b>un enjeu pour la recherche et pour l'action.....</b>	<b>15</b>
L'inscription de l'objet et du questionnement dans le champ de recherche des relations entre activités économiques et dynamiques territoriales. ....	15
A la jonction des logiques de filière et des préoccupations de développement, la nécessaire perspective territoriale.....	18
 <b>Première partie</b>	
<i><b>L'objet de recherche et les enjeux inhérents au lien entre AOC et développement : une analyse en termes d'ancrage territorial .....</b></i>	
	<b>22</b>
 <b>Chapitre 1</b>	
<b>L'AOC comme objet transversal</b>	
<b>face aux enjeux institutionnels et commerciaux</b>	
<b>Vers l'émergence d'un questionnement en termes de développement.....</b>	<b>23</b>
 <b>I. L'AOC vue à travers différents éclairages : entre complexité et diversité.....</b>	
	<b>25</b>
<b>1. La dimension juridique : un concept qui ne va pas de soi .....</b>	<b>25</b>
1.1. Les principes généraux de l'AOC.....	25
1.2. La construction juridique des AOC : les ambiguïtés du lien produit / terroir.....	27
1.3. L'AOC, un objet transversal qui questionne les sciences sociales.....	28
<b>2. La diversité des AOC dans leur réalité productive.....</b>	<b>29</b>
2.1. AOC fromagères et poids économique : données de cadrage .....	29
2.2. La production de fromage AOC au sein de la filière laitière et fromagère française .....	30
2.3. De la filière AOC fromagère aux AOC fromagères à l'échelle régionale et locale : derrière un dispositif commun, une extrême hétérogénéité de situations locales.....	31
2.4. Des filières et des produits comme les autres ?.....	33

<b>3. L'histoire institutionnelle des AOC fromagères comme révélateur du clivage idéologique : entre outil marketing et composante patrimoniale .....</b>	<b>36</b>
3.1. La prise en charge des AOC fromagères par l'INAO et la création du CNPL : vers une volonté de renforcement du lien au terroir.....	37
3.2. La scission entre l'ANAOF et la FNAOC, des tensions qui trouvent un apaisement à travers l'émergence du CNAOL .....	38
 <b>II. Les AOC fromagères face aux enjeux institutionnels et commerciaux : la convergence vers une problématique territoriale .....</b>	<b>41</b>
 <b>1. La difficile quête de reconnaissance de la spécificité des AOC au sein de la Politique Agricole Commune.....</b>	<b>41</b>
1.1. Les grands principes de la PAC entre hier et aujourd'hui : quelques clés de compréhension .....	41
1.2. La nouvelle réforme de la PAC et ses conséquences pour la production laitière : le principe de découplage comme facteur d'incertitude.....	42
1.3. Les AOC et la PAC, entre logiques divergentes et opportunités, la nécessité d'une mise en perspective territoriale.....	44
 <b>2. La fragile légitimité des AOC dans les négociations commerciales internationales : différend commercial ou incompréhension idéologique ? .....</b>	<b>46</b>
2.1. La reconnaissance partielle des appellations au sein de l'OMC : une question de propriété intellectuelle.....	47
2.2. Indication Géographique Vs marque commerciale : l'appellation comme principe à part entière ou exception culturelle ?.....	48
2.3. Les perspectives offertes par les IG pour le développement à l'échelle mondiale : le territoire comme facteur de légitimité .....	50
 <b>3. La nécessité d'un questionnement à caractère territorial : le lien entre AOC et développement .....</b>	<b>51</b>
3.1. Le développement à l'aune de la spécificité des AOC : des interrogations plus larges que la seule dimension agricole et la prise en compte d'une multiplicité d'acteurs .....	52
3.2. Vers la formulation d'une question de recherche fondée sur l'évaluation.....	54

## Chapitre 2

### La construction de la dimension territoriale des filières

#### Un éclairage spécifique de la question des liens

#### entre activités économiques et territoires..... 56

### I. De la filière au territoire : la qualité pour renouveler les questionnements relatifs aux bassins de production et aux terroirs..... 58

#### 1. Les approches de la Géographie classique : la recherche de particularités ..... 58

#### 2. Les avancées de la Géographie Agricole : la mobilisation de la notion de filière dans une perspective spatiale..... 60

##### 2.1. Les mutations des industries agroalimentaires et leurs conséquences spatiales..... 60

##### 2.2. Le bassin de production comme traduction spatiale de la filière..... 61

##### 2.3. AOC fromagères et filière : quelle pertinence ? ..... 63

3. <i>Les liens filière / territoire à travers le prisme du terroir</i> .....	64
4. <i>Filière et qualité : l'émergence de nouvelles perspectives territoriales pour les économistes</i> .....	66
5. <i>Vers une Géographie de la qualité ?</i> .....	68
6. <i>Les liens filière / territoire, entre récursivité et complexité des dimensions</i> .....	69
6.1. La réciprocité des liens entre filière et bassin de production.....	69
6.2. L'élargissement à l'ensemble des dimensions du territoire.....	70
6.3. Vers la clarification des dynamiques territoriales .....	71
 <b>II. Le territoire dans une perspective élargie : entre processus de construction et imprégnation des acteurs</b> .....	<b>73</b>
1. <i>Considérations préliminaires : le territoire comme objet d'une Géographie Sociale et Economique à vocation nomothétique</i> .....	73
2. <i>Le concept de territoire et ses fondements spatiaux</i> .....	74
3. <i>Les modalités de construction des territoires</i> .....	76
3.1. Les fondements identitaires, politiques et économiques du territoire .....	76
3.2. Le concept de formation socio-spatiale comme grille d'analyse du territoire .....	79
4. <i>La dimension territoriale chez les économistes : la (re)découverte d'un concept</i> .....	81
5. <i>De la construction à l'imprégnation : les deux facettes du concept de territoire</i> .....	83
 <b>Chapitre 3</b>	
<b>L'ancrage territorial comme grille d'analyse du développement</b> .....	<b>86</b>
 <b>I. Le concept d'ancrage territorial, considérations préliminaires</b> .....	<b>88</b>
1. <i>La vision "positive" de l'ancrage</i> .....	88
2. <i>Du lien au terroir à l'ancrage territorial</i> .....	89
 <b>II. L'ancrage comme construction pluridisciplinaire</b> .....	<b>90</b>
1. <i>L'ancrage vu par le courant des Dynamiques de Proximité</i> .....	90
2. <i>Ancrage et proximité, des questions qui restent en suspens</i> .....	92
3. <i>De l'ancrage territorial à l'encastrement : les apports de la Sociologie Economique</i> .....	94

<b>III. L'ancrage territorial des activités économiques comme concept géographique : proposition de modélisation.....</b>	<b>96</b>
1. <i>L'ancrage du point de vue des acteurs .....</i>	<i>96</i>
2. <i>L'ancrage du "point de vue" des territoires .....</i>	<i>96</i>
<b>IV. Le développement territorial : une analyse en termes d'ancrage à partir des AOC fromagères.....</b>	<b>98</b>
1. <i>Les fondements du développement territorial.....</i>	<i>98</i>
1.1. La référence au développement local.....	99
1.2. A la recherche de modèles économiques du développement local.....	100
1.3. Du développement local au développement territorial.....	101
2. <i>Construction de ressources et processus de développement.....</i>	<i>103</i>
2.1. La notion de ressource en Economie et Géographie .....	103
2.2. Ressources, proximité et trajectoires de développement : la dimension productive du développement territorial.....	105
2.3. L'évaluation du développement territorial dans sa dimension productive : l'AOC en tant qu'activité .....	106
2.4. Ressources, patrimonialisation et développement territorial.....	108
2.5. Les aménités vues comme des ressources.....	109
2.6. La ressource comme mise en cohérence de biens et de services sur un territoire : le panier de biens.....	110
2.7. L'évaluation du développement territorial en termes de panier de biens : l'AOC en tant que patrimoine.....	112
3. <i>La gouvernance territoriale comme grille de lecture des processus de coordination d'acteurs .....</i>	<i>112</i>
3.1. La gouvernance : considérations préliminaires .....	113
3.2. Gouvernance locale, organisation économique et développement.....	113
3.3. Gouvernance territoriale et politiques publiques : les apports des géographes .....	115
3.4. L'évaluation des coordinations liées au développement territorial : l'AOC en tant "qu'acteur" .....	116
4. <i>En guise de conclusion – l'ancrage du développement territorial : importance des échelles d'observations et nécessité de prendre en compte les contextes locaux.....</i>	<i>117</i>

## Chapitre 4

<b>Le cheminement méthodologique entre pôle AOC et approche compréhensive.....</b>	<b>120</b>
--	------------

<b>I. La mise en place du dispositif méthodologique : une approche compréhensive fondée sur les acteurs de la filière .....</b>	<b>122</b>
1. <i>L'entretien semi-directif comme outil privilégié pour la reconstruction des processus .....</i>	<i>122</i>
1.1. La Sociologie des Organisations comme grille de lecture des stratégies d'acteurs .....	122
1.2. La concrétisation de la démarche à travers la réalisation de 250 entretiens .....	123

2.	<i>Les acteurs à enquêter : de la filière au territoire.....</i>	<i>124</i>
2.1.	Le concept de filière pour rendre compte des relations entre acteurs de différentes natures.....	124
2.2.	Les territoires révélés par la filière : partenaires économiques et autres types d'acteurs.....	125
3.	<i>Les guides d'entretien pour recueillir le discours : reconstruction de trajectoires monographiques et réalisation d'approches comparatives.....</i>	<i>128</i>
II.	<b>Les terrains d'étude : un choix articulé entre la filière et le "pôle AOC" .....</b>	<b>130</b>
1.	<i>Les critères qui président au choix : la recherche de diversité .....</i>	<i>130</i>
2.	<i>Le pôle AOC comme première hypothèse de recherche, l'identification des quatre zones d'étude .....</i>	<i>132</i>
III.	<b>Les quatre pôles AOC : caractéristiques principales.....</b>	<b>136</b>
1.	<i>Le pôle "Basse-Normandie" : prégnance des industriels et structuration récente des filières AOC .....</i>	<i>136</i>
1.1.	Les dynamiques productives et institutionnelles.....	137
1.2.	Les trois AOC constitutives du pôle "Basse-Normandie" .....	140
2.	<i>Le pôle "Centre" : des filières relativement indépendantes, un faible degré de coopération .....</i>	<i>141</i>
2.1.	Les dynamiques productives et institutionnelles.....	143
2.2.	Les cinq AOC constitutives du pôle "Centre" .....	144
3.	<i>Le pôle "Sud-Aveyron" : une structuration interprofessionnelle forte et ancienne, un système relativement autonome.....</i>	<i>146</i>
4.	<i>Le pôle "Savoies" : la prépondérance des structures coopératives pour expliquer l'autonomie institutionnelle.....</i>	<i>151</i>
4.1.	Les dynamiques productives et institutionnelles.....	153
4.2.	Les cinq AOC constitutives du pôle "Savoies" .....	155
5.	<i>La diversité des contextes territoriaux comme fondement de la deuxième hypothèse de recherche relative au développement territorial.....</i>	<i>157</i>

## **Deuxième partie**

### ***Le concept d'ancrage à l'épreuve du réel : l'inscription des AOC dans les dynamiques de développement territorial***

**160**

**Avertissement ..... 161**

## **Chapitre 5**

### **Les apports des AOC à la dynamique agricole et agroalimentaire**

**Activité et ressources productives ..... 162**

**I. Différents éclairages de la place des AOC dans l'emploi agricole  
et agroalimentaire : fixation de l'activité, attractivité des bassins,  
pratiques et représentations des acteurs ..... 164**

**1. AOC et fixation de l'activité : des degrés de protection hérités  
qui conditionnent des impacts territoriaux spécifiques ..... 164**

- 1.1. Les AOC fromagères et l'emploi : une importance à relativiser..... 164
- 1.2. Du Camembert fabriqué en Normandie au Camembert de Normandie :  
l'histoire d'une protection à géométrie variable ..... 169
- 1.3. Le Crottin de Chavignol : un générique néfaste ou complémentaire au produit d'appellation ? ..... 172
- 1.4. L'AOC Sainte-Maure de Touraine : vers le rapatriement d'une dénomination générique ..... 175
- 1.5. Ancrage territorial, protection des produits et développement agricole :  
le cas des protections "intégrales" ..... 177

**2. AOC et attractivité des bassins de production : l'ancrage comme révélateur  
de la complexité des situations locales ..... 179**

- 2.1. La délicate question du prix du lait dans les AOC ..... 179
- 2.2. Valorisation du lait et pérennité des filières : des liens réels mais délicats à interpréter..... 182
- 2.3. La mobilité des unités de production comme révélateur de l'attractivité des bassins AOC ..... 185
- 2.4. L'approche historique pour éclairer la propension des AOC  
à infléchir la trajectoire des bassins de production ..... 188

**3. L'AOC dans les pratiques et les représentations des acteurs ..... 189**

- 3.1. AOC et perception du métier d'éleveur : une compensation partielle de l'astreinte ..... 189
- 3.2. AOC et structuration des producteurs : une prise de conscience du statut au sein de la filière..... 191
- 3.3. AOC et capacité commerciale : un argument de vente souvent déterminant ..... 194
- 3.4. AOC et pression foncière : un outil de défense modeste mais réel dans les négociations..... 196

**4. Synthèse des résultats : les apports des AOC  
aux dynamiques agricoles et agroalimentaires ..... 200**

- 4.1. L'importance économique des AOC : le niveau de protection juridique du produit  
comme facteur de développement agricole ..... 200
- 4.2. L'AOC dans les bassins de production, prix du lait plus élevés,  
mobilités spécifiques des acteurs et frein aux restructurations..... 201
- 4.3. Le rôle bénéfique de l'AOC dans les pratiques et les représentations des acteurs..... 202

<b>II. Les AOC dans la production de ressources spécifiques liées à l'activité productive .....</b>	<b>205</b>
<b>1. La relative faiblesse des filières AOC au sein du pôle laitier et fromager bas-normand .....</b>	<b>206</b>
1.1. Un bassin laitier d'envergure caractérisé par d'importants contrastes régionaux.....	206
1.2. Des filières AOC ancrées à un environnement laitier et fromager peu favorable et dominé par les industriels.....	208
1.3. Filières AOC, production de ressources et cahier des charges .....	211
<b>2. La Région Centre : d'un assemblage de systèmes productifs à la mise en cohérence des ressources au sein d'un pôle AOC ? .....</b>	<b>214</b>
2.1. Des bassins hétérogènes qui pèsent peu face au "géant" Poitou-Charentes .....	214
2.2. La relative autonomie de la filière AOC Crottin de Chavignol.....	221
2.3. Le bassin du Sainte-Maure de Touraine comme prolongement de Poitou-Charentes.....	221
2.4. Le Pouligny Saint-Pierre entre isolement et reconnaissance.....	223
2.5. La mise en cohérence de ressources au sein du Centre Technique Fromager Caprin (CTFC) : une logique de spécification dans un contexte conflictuel .....	225
<b>3. La spécification extrême du système Roquefort : des questions fortes pour la construction de ressources et le développement territorial.....</b>	<b>227</b>
3.1. La production laitière à Roquefort, densité du bassin et du tissu productif.....	227
3.2. Une avance technique décisive.....	232
3.3. Les conséquences de l'ancrage du bassin roquefortais dans un contexte démographique en déprise : la solidarité productive.....	235
3.4. Le renforcement de la place de l'AOC dans la construction de ressources .....	237
3.5. Le Rayon de Roquefort : forces et faiblesses de la trajectoire de spécification .....	238
<b>4. La place déterminante des AOC dans la construction de ressources dans les Savoies .....</b>	<b>241</b>
4.1. Un bassin de production encore traditionnel .....	241
4.2. Une trajectoire à contre-courant de l'évolution nationale et fortement imprégnée par la recherche de la qualité à travers les AOC .....	245
4.3. Les acteurs qui composent le système : interconnexions avec d'autres bassins et renforcement de la spécification de ressources .....	248
4.4. Le système productif savoyard : des ressources d'abord fondées sur la production et la transformation.....	252
<b>5. La confrontation des trajectoires pour construire une grille d'analyse du processus de spécification des ressources liées à l'activité productive.....</b>	<b>255</b>
5.1. L'environnement productif des pôles AOC .....	256
5.2. La recherche et la formation dans les pôles AOC .....	257
5.3. Le processus de spécification de ressources dans les pôles AOC .....	258
5.4. Les caractéristiques de la trajectoire de développement territorial des pôles AOC.....	259
5.5. Les pôles AOC dans une démarche comparative : cohérence, spécificité et pérennité .....	260
<b>6. Synthèse des résultats : la production de ressources liées à l'activité productive.....</b>	<b>264</b>



## Chapitre 6

### Les AOC dans la coordination des acteurs

### et la qualification des territoires ..... 267

#### I. Les trajectoires de développement des pôles AOC

#### en termes de synergies entre secteurs d'activité ..... 269

##### 1. La difficile affirmation des AOC fromagères bas-normandes

##### *dans les démarches de promotion : des initiatives éclatées et souvent peu significatives ..... 269*

- 1.1. Un territoire régional coupé en deux, une société conservatrice et notabiliaire ..... 269
- 1.2. Le pays d'Auge : une forme de gouvernance à dominante publique caractérisée par une faible propension à l'action collective ..... 271
- 1.3. Un ou plusieurs pays d'Auge ? ..... 275
- 1.4. Les AOC fromagères dans les contextes bas-normand et augeron, éclatement des démarches et faible représentativité ..... 276

##### 2. Les AOC fromagères en Région Centre : une image confidentielle

##### *et des stratégies territoriales divergentes ..... 280*

- 2.1. La Région Centre : entité administrative, "non-territoire" touristique ..... 280
- 2.2. Des démarches éclatées fondées sur des territoires issus d'anciennes provinces (Berry et Touraine) et de régions naturelles (Vallée du Cher) ..... 281
- 2.3. Les appellations caprines dans le contexte du Centre : confidentialité de l'image et autonomie des démarches ..... 284

##### 3. La difficile ouverture territoriale du système Roquefort : vers la construction

##### *d'un panier de biens centré sur le fromage ? ..... 285*

- 3.1. Un produit mondialement connu dans un territoire indéterminé ..... 286
- 3.2. La structuration d'un territoire touristique fondé sur l'image du Roquefort ..... 287
- 3.3. Les synergies entre acteurs de la filière AOC et acteurs du territoire : vers la constitution d'un panier de biens ? ..... 289
- 3.4. La qualification des ressources à Roquefort : incertitudes et enjeux de développement ..... 293

##### 4. La mobilisation des ressources territoriales par les filières AOC savoyardes :

##### *une nécessaire recherche de cohérence et de spécificité ..... 295*

- 4.1. La proximité institutionnelle entre Savoie et Haute-Savoie : l'affirmation d'une échelle pertinente ..... 295
- 4.2. Un territoire et une agriculture marqués par l'industrie du ski ..... 297
- 4.3. La mobilisation de la ressource touristique par les AOC fromagères savoyardes ..... 299
- 4.4. Une logique fortement sectorielle et un potentiel encore insuffisamment exploité ..... 303

##### 5. La démarche comparative : identification d'indicateurs de développement territorial

##### *à l'échelle des pôles AOC ..... 306*

- 5.1. Les dynamiques territoriales inhérentes à chaque terrain d'étude ..... 307
- 5.2. Les coordinations pour faire émerger les territoires pertinents des pôles AOC ..... 310
- 5.3. La construction de ressources spécifiques ..... 312
- 5.4. Le panier de biens comme résultat de la coordination autour de ressources ..... 314

##### 6. Synthèse des résultats : les trajectoires de développement à l'échelle régionale ..... 317

## **II. Les AOC et le développement territorial à l'échelle locale : la construction de paniers de biens fondés sur des acteurs particuliers ..... 320**

<b>1. Les dynamiques locales de développement dans les quatre pôles AOC : proposition d'indicateurs ..... 321</b>	
1.1. Les systèmes locaux en Basse-Normandie..... 322	
1.2. Les systèmes locaux dans le Centre ..... 324	
1.3. Le système local à Roquefort ..... 325	
1.4. Les systèmes locaux dans les Savoies ..... 326	
1.5. Les systèmes locaux dans les stations de ski savoyardes ..... 327	
<b>2. La construction d'une typologie fondée sur les coordinations et les ressources ..... 328</b>	
2.1. Le type 1 : la prégnance de l'action publique – l'exemple de Sainte-Maure de Touraine..... 329	
2.2. Le type 2 : la prégnance de l'action privée – l'exemple de Camembert / Vimoutiers..... 332	
2.3. Le type 3 : la forme de gouvernance équilibrée – l'exemple des Bauges ..... 335	
2.4. Le type 4 : la relative absence de coordination malgré un potentiel de ressources important – l'exemple de Pont-l'Evêque..... 340	
2.5. Le type 5 : l'insertion de l'AOC dans un système de valorisation plus large – l'exemple des stations de Val Cenis et La Plagne..... 343	
2.6. Typologie et conditions de réussite des systèmes locaux : quels enseignements ? ..... 347	
<b>3. Synthèse des résultats : les trajectoires de développement à l'échelle locale..... 350</b>	
3.1. Les enseignements du travail à l'échelle locale : entre prégnance du contexte régional et capacité des acteurs ..... 350	
3.2. La typologie comme grille de lecture des conditions de réussite des systèmes locaux ..... 350	

## **Chapitre 7**

### **Les perspectives scientifiques et professionnelles ouvertes par l'analyse en termes d'ancrage territorial..... 353**

#### **I. La question des pôles AOC : intérêts et limites ..... 355**

<b>1. La pertinence scientifique et méthodologique de la notion de pôle AOC ..... 355</b>	
<b>2. Les contributions du pôle AOC pour l'action territoriale et la gestion des filières ..... 357</b>	
2.1. Une échelle pertinente pour l'action ? ..... 358	
2.2. Entre pôles et "cœurs de zone AOC", la nécessaire recherche de cohérence ..... 359	
2.3. En guise de conclusion, le pôle AOC pour identifier les premières conditions de réussite des filières AOC ..... 362	

#### **II. Les apports de l'ancrage pour le développement territorial : dialogue entre professionnels et intérêts potentiellement convergents ..... 363**

<b>1. Le développement territorial en termes de coordination : contribution au débat à travers la notion de dialogue entre professionnels ..... 363</b>	
1.1. Le lent décroisement entre agriculture et tourisme : une réalité incontestable ..... 363	
1.2. Entre "vouloir faire" et "savoir faire", l'idée de dialogue comme élément de réponse..... 365	
1.3. Du dialogue à l'apprentissage : les principes de base issus de la réalité du terrain..... 366	
1.4. L'entrée par les acteurs privés, une clé de compréhension pour les élus dans la recherche d'une forme de gouvernance équilibrée ..... 370	

<b>2. La mobilisation de ressources territoriales par les professionnels AOC vue à travers la notion d'intérêts potentiellement convergents .....</b>	<b>371</b>
2.1. Les bénéfices des démarches territorialisées pour les filières AOC : vers la validation de la deuxième hypothèse relative au développement territorial .....	371
2.2. La capacité des AOC à répondre aux préoccupations des autres acteurs, fondement de la notion d'intérêts potentiellement convergents.....	374
2.3. La nature des ressources territoriales et leurs modalités d'activation, contribution au débat à travers une grille d'évaluation des démarches agriculture / tourisme.....	375
 <b>III. L'ancrage territorial comme outil de clarification des discussions relatives à la révision du cahier des charges .....</b>	<b>380</b>
 <b>1. Les enjeux liés au renforcement des règles de production dans les quatre pôles AOC : la recherche de compromis.....</b>	<b>380</b>
 <b>2. L'analyse des discours pour construire un modèle destiné à rendre compte des logiques à l'œuvre et de leur confrontation .....</b>	<b>382</b>
2.1. Entre territoire, produit et marché, les logiques qui président à la construction du cahier des charges .....	382
2.2. Une première explicitation du modèle à travers les discours : les logiques .....	385
2.3. Une deuxième explicitation du modèle à travers les discours : les affrontement entre logiques.....	387
 <b>3. Du modèle aux préconisations : la prise en compte de l'ancrage territorial des filières.....</b>	<b>390</b>
3.1. La qualité du produit AOC dans le respect d'un équilibre global comme finalité de la démarche de révision.....	390
3.2. Le défi de l'accompagnement de l'évolution des bassins de production, entre technicité et économie.....	391
 <b>Conclusion</b>	
<b>AOC et territoire, la défense d'une identité.....</b>	<b>394</b>
Pérennité des AOC et réussite du développement : la "communauté de destins" entre filière et territoire. ....	394
Le développement territorial en Géographie, l'ouverture disciplinaire pour renforcer les acquis. ....	396
 <b>Références bibliographiques .....</b>	<b>398</b>
 <b>Documentation professionnelle .....</b>	<b>425</b>
 <b>Table des matières .....</b>	<b>434</b>
 <b>Table des Annexes .....</b>	<b>444</b>

## Table des Annexes

Annexe 1 : les guides d'entretiens .....	445
Annexe 2 : les dynamiques locales de développement en Basse-Normandie .....	450
Annexe 3 : les dynamiques locales de développement dans le Centre .....	452
Annexe 4 : les dynamiques locales de développement à Roquefort.....	456
Annexe 5 : les dynamiques locales de développement dans les Savoies.....	458
Annexe 6 : les dynamiques locales de développement dans les stations de ski savoyardes.....	462
Annexe 7 : les transformateurs du pôle AOC "Centre" en 2004 – cartes individuelles .....	464
Annexe 8 : les transformateurs AOC du pôle "Savoies" en 2004 – cartes individuelles .....	465
Annexe 9 : guide Internet des AOC fromagères .....	466
Annexe 10 : évolution des tonnages des AOC fromagères françaises (1991-2004) .....	468

## Annexe 1 : les guides d'entretiens

### *Les responsables de syndicat AOC (directeurs, présidents, animateurs, responsables de service rattaché)*

- **trajectoire personnelle / territoriale et responsabilités actuelles** : identification d'organismes et acteurs éventuellement intéressants, explicitation des responsabilités et du / des services éventuellement concernés,
- **fromage AOC – éléments historiques** : histoire du produit, émergence de la production, des pratiques agricoles, démarche AOC (contexte, acteurs, objectifs),
- **filière AOC – caractéristiques générales** : structure productive, liens avec la production laitière régionale, localisation de la production (support cartographique), organisation du syndicat, relations entre les acteurs, règles (prix du lait), rapports de force,
- **filière AOC et territoire** : représentation des territoires pertinents, des dynamiques politiques, économiques, identitaires, des enjeux de développement), liens avec les autres acteurs (partenaires économiques, élus, tourisme...), nature des coopérations, liens avec les autres filières du pôle AOC,
- **perception des grands enjeux (reprise de thématiques éventuellement abordées auparavant)** : environnement commercial, consommation, contexte de révision des cahiers des charges, pérennité de l'activité agricole, dimension institutionnelle (PAC).

## *Les acteurs de la production (producteurs de lait, producteurs fermiers)*

- **trajectoire personnelle / territoriale et responsabilités actuelles :** identification d'organismes et acteurs éventuellement intéressants, explicitation des responsabilités,
- **exploitation agricole et activité productive :** trajectoire (installation, évolution), caractéristiques générales, différentes activités, périodicité des travaux sur l'année, relations avec partenaires amont / aval (identification, transaction, rémunération...),
- **filière AOC :** implication, relations avec les acteurs de même catégorie, des autres catégories (proximité, interconnaissance, rapports de force...), perception de la filière (dynamique positive, négative, cohérence...),
- **dynamiques territoriales :** responsabilités éventuelles, représentation des échelles pertinentes, dynamiques de développement agricole, rural, atouts et handicaps (enjeux de développement), liens tourisme / agriculture, dimension foncière, promotion locale, autres filières du pôle AOC,
- **perception des grands enjeux (reprise de thématiques éventuellement abordées auparavant) :** activité agricole, production laitière, PAC, révision du cahier des charges, dynamique commerciale, concurrence.

***Les acteurs de la transformation (producteurs fermiers, fromagers, affineurs)***

- **trajectoire personnelle / territoriale et responsabilités actuelles** : identification d'organismes et acteurs éventuellement intéressants, explicitation des responsabilités,
- **entreprise – éléments historiques** : naissance, développement, acteurs à l'origine, évolution de la localisation, rachats éventuels,
- **entreprise – activité productive** : localisation du ou des sites, caractéristiques générales, organisation, nature des activités, produits commercialisés (quoi, combien, où, depuis quand), collecte laitière, ramassage des fromages, territoire d'action, relations avec les producteurs (transaction, rémunération), relations avec les partenaires économiques (transport, qualité, embauche, formation, recherche...), commercialisation (partenaires, relations), stratégies de communication
- **filière AOC** : responsabilités éventuelles, perception des dynamiques positives / négatives, cohérence, relations acteurs de même catégorie / autre catégorie (interconnaissance, rapports de force),
- **perception des dynamiques territoriales** : responsabilités éventuelles, représentations des échelles pertinentes, enjeux de développement, liens avec les autres acteurs du territoire (élus, tourisme, restauration...), mobilisation du territoire dans la promotion, liens avec les autres filières du pôle AOC,
- **perception des grands enjeux (reprise de thématiques éventuellement abordées auparavant)** : dynamique commerciale, concurrence, activité agricole, production laitière, PAC, révision du cahier des charges, pérennité de la filière.

***Les partenaires économiques de la filière AOC (formation, recherche & développement...)***

- **trajectoire personnelle / territoriale et responsabilités actuelles :** identification d'organismes et acteurs éventuellement intéressants, explicitation des responsabilités,
- **organisme /entreprise – trajectoire et caractéristiques générales :** dimension historique, organisation, fonctionnement,
- **activités / liens avec la filière AOC :** nature, territoire d'action, nature des relations avec les filières AOC, rapports de force, interconnaissance, partenariats, évolution,
- **dynamiques territoriales :** implication locale, perception du territoire (en fonction de la compétence concernée : agriculture, développement rural...), échelles pertinentes, relations avec d'autres types d'acteurs (tourisme, élus...), pôle AOC,
- **perception des grands enjeux (vis-à-vis de la compétence concernée) :** environnement commercial, consommation, contexte de révision des cahiers des charges, pérennité de l'activité agricole, dimension institutionnelle (PAC)...



***Les autres acteurs du territoire (élus, techniciens, professionnels du tourisme, autres professionnels...)***

- **trajectoire personnelle / territoriale et responsabilités actuelles :** identification d'organismes et acteurs éventuellement intéressants, explicitation des responsabilités,
- **organisme / entreprise :** dimension historique, organisation, caractéristiques générales, territoire d'action, nature de l'activité,
- **filière AOC :** nature des liens, actions menées en partenariat, coopération, proximité, perception de la dynamique de la filière, évolution des relations
- **dynamiques territoriales (en fonction de la compétence concernée) :** implication locale, enjeux de développement agricole / rural, dynamiques politiques, économiques, identitaires, échelles pertinentes, atouts / faiblesses, perception du pôle AOC, nature des relations,
- **perception des grands enjeux (vis-à-vis de la compétence concernée) :** environnement commercial, consommation, contexte de révision des cahiers des charges, pérennité de l'activité agricole, dimension institutionnelle (PAC), développement rural...

## Annexe 2 : les dynamiques locales de développement en Basse-Normandie

**Tableau 1 : les dynamiques territoriales locales en Basse-Normandie**

	<b>Camembert / Vimoutiers</b>	<b>Pont-l'Evêque</b>	<b>Livarot</b>
<b>Fromage AOC concerné</b>	Camembert de Normandie	Pont-l'Evêque	Livarot
<b>Accessibilité</b>	Moyenne	Bonne (desserte autoroutière)	Moyenne
<b>Proximité centres urbains</b>	Forte (région parisienne)	Forte (région parisienne)	Forte (région parisienne)
<b>Potentiel de consommation local</b>	Moyen	Fort	Moyen
<b>Fréquentation touristique</b>	Moyenne	Forte	Moyenne
<b>Notoriété du produit</b>	Internationale	Nationale	Nationale
<b>Notoriété du territoire</b>	Régionale	Régionale	Régionale
<b>Maillage administratif</b>	Communauté de Communes du Pays du Camembert	Commune / canton de Pont-l'Evêque	Communauté de Communes de Livarot

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

**Tableau 2 : acteurs, coordinations et gouvernance à l'échelle locale en Basse-Normandie**

	<b>Camembert / Vimoutiers</b>	<b>Pont-l'Evêque</b>	<b>Livarot</b>
<b>Acteurs AOC impliqués</b>	Industriel, producteur fermier	Artisan, producteur fermier	Industriel, producteurs de lait
<b>Connaissance mutuelle des acteurs</b>	Forte, récente	Moyenne	Très forte
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Négociation / coopération / conflit	Indifférence	Partenariat
<b>Place de l'action publique</b>	Moyenne	Moyenne	Très forte
<b>Place des acteurs AOC</b>	Moyenne, associée aux Camemberts non-AOC	Faible	Très forte
<b>Stratégie territoriale des acteurs AOC</b>	Opportunisme, valorisation des marques commerciales	Valorisation du produit, mobilisation du territoire	Valorisation du produit et du territoire
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Faible	Très forte (stations balnéaires)	Forte (activité cidricole)
<b>Acteurs "leaders"</b>	Groupe industriel	Professionnels du tourisme	Elus, industriel
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante privée	A dominante privée	Mixte
<b>Inscription dans des échelles territoriales plus vastes</b>	Orne, Pays d'Auge	Côte Fleurie, Pays d'Auge Nord	Pays d'Auge (arrière-pays)
<b>Mobilisation de la population locale</b>	Faible (confrérie en déclin)	Faible (confrérie peu dynamique)	Très forte (confrérie soutenue)
<b>Manifestation locale dédiée au produit</b>	Oui	Oui	Oui

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

**Tableau 3 : production de ressources et panier de biens à l'échelle locale en Basse-Normandie**

	<b>Camembert / Vimoutiers</b>	<b>Pont-l'Evêque</b>	<b>Livarot</b>
<b>Offre de produits – services</b>	Produits AOC et non-AOC, Ferme Président, Maison du Camembert, exploitation fermière, restaurateur, Ecomusée de la Pomme, Musée du Camembert	Produit AOC, Côte Fleurie,	Produit AOC, visite de fromagerie, visite de cidrerie, opération de parrainage de vaches Normandes, haras, musée du Pays d'Auge
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Liens formalisés, produits touristiques élaborés	Aucune	Liens formalisés, produits touristiques élaborés
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	Assez bonne structuration	Néant	Assez bonne structuration
<b>Produits / services leaders</b>	Camemberts non-AOC	Côte Fleurie	Livarot, cidre AOC
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Variable selon interlocuteur	Marginal	Central, associé au cidre
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Très fort	Faible	Fort
<b>Stratégie de marquage territorial (signalétique...)</b>	Moyenne, obsolète	Faible	Forte
<b>Adéquation avec la réalité productive</b>	Faible	Moyenne (entreprise, producteurs fermiers)	Forte (entreprise, producteurs de lait)

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

**Tableau 4 : trajectoires de développement territorial à l'échelle locale en Basse-Normandie**

	<b>Camembert / Vimoutiers</b>	<b>Pont-l'Evêque</b>	<b>Livarot</b>
<b>Place de l'AOC dans le projet local</b>	Ambiguë, confondue avec les produits non-AOC	Périphérique	Centrale
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Faible (un producteur fermier)	Faible (quelques emplois)	Très fort (fromagerie principal employeur de la commune)
<b>Poids de la vente directe AOC</b>	Très faible	Faible (quelques centaines de personnes à la fromagerie)	Fort (vente à la fromagerie)
<b>Fréquentation touristique induite par l'AOC</b>	Faible (produits non-AOC : 20 à 25 000 personnes, producteur fermier : quelques milliers)	Très faible (pas de visite)	Forte (35 000 personnes à la fromagerie, 2 000 dans les exploitations laitières)
<b>Atouts de la trajectoire</b>	Notoriété internationale du produit, offre touristique globale	Présence d'une fromagerie à Pont-l'Evêque	Volonté politique, coopération public / privé, offre touristique
<b>Faiblesses de la trajectoire</b>	Faible mobilisation, conflits, décalage entre initiatives publiques (vieillissantes) et outils de promotion privés (modernes), pas d'offre d'hébergement, confusion produits génériques	Pas de mobilisation autour du fromage, pas de "besoin" particulier	Endettement public important, fragilité économique du territoire
<b>Projets à venir</b>	Relance d'une Route du Camembert, renforcement des liens, signalétique autoroutière	Signalétique autoroutière dédiée au fromage	Renforcement de l'échelle intercommunale
<b>Opportunités à saisir</b>	Construction d'une structure intercommunale	Situation géographique, fréquentation touristique	Amélioration des infrastructures routières

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

## Annexe 3 : les dynamiques locales de développement dans le Centre

**Tableau 1 : les dynamiques territoriales locales dans le Centre**

	<b>Sancerre / Chavignol</b>	<b>Sainte-Maure de Touraine</b>	<b>Selles sur Cher</b>	<b>Valençay</b>	<b>Poulligny Saint-Pierre</b>
<b>Fromage AOC concerné</b>	Crottin de Chavignol	Sainte-Maure de Touraine	Selles sur Cher	Pyramide de Valençay	Poulligny Saint-Pierre
<b>Accessibilité</b>	Moyenne	Forte (desserte autoroutière)	Moyenne	Moyenne	Faible (excentré)
<b>Proximité centres urbains</b>	Forte (Bourges)	Forte (Tours)	Moyenne	Moyenne	Faible
<b>Potentiel de consommation local</b>	Moyen	Moyen	Moyen	Faible	Faible
<b>Fréquentation touristique</b>	Forte	Moyenne	Faible	Forte	Faible
<b>Notoriété du produit</b>	Nationale	Nationale / Régionale	Régionale	Régionale/ locale	Régionale
<b>Notoriété du territoire</b>	Nationale	Régionale	Régionale	Régionale	Régionale
<b>Maillage administratif</b>	Pays de Sancerre - Sologne	Communauté de Commune de Sainte- Maure de Touraine	Communauté de communes du Cher – Sologne / Pays de la Vallée du Cher - Romorantinais	Communauté de communes du Pays de Valençay	PNR de la Brenne / Communauté de Communes du Blanc

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

**Tableau 2 : acteurs, coordinations et gouvernance à l'échelle locale dans le Centre**

	<b>Sancerre / Chavignol</b>	<b>Sainte-Maure de Touraine</b>	<b>Selles sur Cher</b>	<b>Valençay</b>	<b>Poulligny Saint- Pierre</b>
<b>Acteurs AOC impliqués</b>	Producteurs fermiers, syndicat AOC, affineur	Producteurs fermiers	Producteurs fermiers, syndicat AOC	Producteurs fermiers, syndicat AOC	Producteurs fermiers, industriels, syndicat AOC
<b>Connaissance mutuelle des acteurs</b>	Forte	Très forte	Moyenne	Forte	Très forte
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Partenariat	Partenariat	Indifférence	Indifférence	Partenariat
<b>Place de l'action publique</b>	Moyenne	Très forte	Forte	Forte	Moyenne
<b>Place des acteurs AOC</b>	Moyenne	Faible	Moyenne	Faible	Moyenne
<b>Stratégie territoriale des acteurs AOC</b>	Valorisation du produit et du territoire	Valorisation du produit	Valorisation du produit	Valorisation du produit	Valorisation du produit et du territoire
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Très forte (activité cidricole)	Moyenne	Moyenne	Forte (tourisme)	Moyenne
<b>Acteurs "leaders"</b>	Viticulteurs, professionnels du tourisme	Elus	Elus	Elus, professionnels du tourisme	PNR, élus, syndicat AOC
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante privée / mixte	A dominante publique	A dominante publique	A dominante publique	Mixte
<b>Inscription dans des échelles territoriales plus vastes</b>	Sancerrois, Pays Fort, Berry	Touraine, Chinonais	Berry, Vallée du Cher	Berry, Boischaut Nord	Pays Blanquois / Brenne / Berry
<b>Mobilisation de la population locale</b>	Moyenne	Très forte, nombreuses associations dédiées au fromage	Moyenne	Moyenne	Moyenne
<b>Manifestation locale dédiée au produit</b>	Oui, liée au vin AOC	Oui	Oui, liée au vin	Oui	Oui

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

**Tableau 3 : production de ressources et panier de biens à l'échelle locale dans le Centre**

	<b>Sancerre / Chavignol</b>	<b>Sainte-Maure de Touraine</b>	<b>Selles sur Cher</b>	<b>Valençay</b>	<b>Poulligny Saint-Pierre</b>
<b>Offre de produits – services</b>	Produit AOC, vin AOC, restaurateurs, SRDG, randonnées, village médiéval de Sancerre	Produit AOC, vins AOC Chinon	Produit AOC, vin AOC (Touraine, Cheverny, Cour Cheverny), légumes	Produit AOC, producteurs fermiers, château, vin AOC, visite de fromagerie, affineur	Produit AOC, Ferme des Ages, producteurs fermiers, étangs de la Brenne, poisson (carpe), agneau de la Brenne
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Liens formalisés, produits touristiques élaborés	Faible	Faible	Faible	Moyenne
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	En cours de structuration	Faible	Faible	Embryonnaire	En cours de structuration
<b>Produits / services leaders</b>	Vin de Sancerre AOC	Fromage AOC, vins du Chinonais	Vins, tourisme	Château de Valençay	Etangs de la Brenne
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Périphérique	Central, associé au vin	Périphérique	Périphérique	Associé
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Très fort	Fort	Moyen	Moyen	Moyen
<b>Stratégie de marquage territorial (signalétique...)</b>	Très forte	Très forte (logo)	Faible	Faible	Très forte (PNR)
<b>Adéquation avec la réalité productive</b>	Moyenne (affineur, producteurs fermiers)	Faible (producteurs fermiers)	Moyen	Faible (producteurs de lait et fermiers)	Forte (producteurs fermiers, fromagers)

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

**Tableau 4 : trajectoires de développement territorial à l'échelle locale dans le Centre**

	<b>Sancerre / Chavignol</b>	<b>Sainte-Maure de Touraine</b>	<b>Selles sur Cher</b>	<b>Valençay</b>	<b>Poulligny Saint- Pierre</b>
<b>Place de l'AOC dans le projet local</b>	Périphérique / centrale	Centrale	Périphérique	Associée	Associée
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Moyen (plusieurs dizaines d'emplois)	Faible (quelques exploitations)	Faible	Moyen (présence d'une fromagerie)	Moyen (plusieurs dizaines d'emplois)
<b>Poids de la vente directe AOC</b>	Fort (producteurs fermiers, affineurs)	Faible	Faible	Moyen	Moyen
<b>Fréquentation touristique induite par l'AOC</b>	Faible	Forte (20 000 personnes pour la foire du Sainte-Maure de Touraine)	Faible	Faible	Moyenne (7 000 personnes)
<b>Atouts de la trajectoire</b>	Vin et fromage, pôle touristique important : site de Sancerre, capacité d'hébergement, proximité spatiale des acteurs	Forte mobilisation de la population locale et des élus, proximité des pôles touristiques régionaux (châteaux), ouverture territoriale (réseau des villes européennes)	Présence d'un pôle touristique régional : zoo de Beauval, activité viticole	Présence de deux AOC sur la même commune : vin et fromage, pôle touristique important : château de Valençay, offre touristique englobant toute la filière	Présence du PNR de la Brenne comme acteur fédérateur des initiatives et générateur de compétences techniques, solidarité entre les acteurs, identité locale
<b>Faiblesses de la trajectoire</b>	Offre touristique faible en dehors du vin, ancrage berrichon (perception négative), confusion produit générique (crottin)	Faible dynamique touristique locale, faible mobilisation des professionnels AOC, conservatisme des producteurs du plateau de Sainte- Maure	Territoire en crise (fermeture d'entreprises), faible mobilisation des professionnels AOC,	Territoire en crise (emploi, tourisme), situation excentrée par rapport aux autres châteaux, confusion produits génériques, ancrage berrichon (perception négative)	Relations conflictuelles entre la municipalité et les professionnels AOC, fragilité économique
<b>Projets à venir</b>	Structuration du Pays Sancerre - Sologne, Maison de Sancerre, renforcement des liens avec les viticulteurs, développement de l'OT de Sancerre	Route du fromage de Sainte-Maure de Touraine, Maison des produits de terroir, Fête de la chèvre	Signalétique, route des vins et du fromage AOC, aide à l'installation d'éleveurs caprins, Maison de Pays (A85)	Relance de l'activité touristique (pays d'accueil), volonté de mise en synergie, relance d'un train touristique (Blanc- Argent)	Projet de marque PNR sur les exploitations caprines accueillant les touristes, synergies avec d'autres PNR en France
<b>Opportunités à saisir</b>	-	-	Amélioration des infrastructures routières	Structuration intercommunale	Désenclavement routier

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

## Annexe 4 : les dynamiques locales de développement à Roquefort

**Tableau 1 : les dynamiques territoriales locales à Roquefort**

	<b>Roquefort</b>
<b>Fromage AOC concerné</b>	Roquefort
<b>Accessibilité</b>	Moyenne / faible
<b>Proximité centres urbains</b>	Faible
<b>Potentiel de consommation local</b>	Faible
<b>Fréquentation touristique</b>	Moyenne
<b>Notoriété du produit</b>	Internationale
<b>Notoriété du territoire</b>	Régionale
<b>Maillage administratif</b>	Pays de Roquefort

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

**Tableau 2 : acteurs, coordinations et gouvernance à l'échelle locale à Roquefort**

	<b>Roquefort</b>
<b>Acteurs AOC impliqués</b>	Industriel, producteurs de lait
<b>Connaissance mutuelle des acteurs</b>	Très forte
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Négociation / coopération
<b>Place de l'action publique</b>	Moyenne
<b>Place des acteurs AOC</b>	Très forte
<b>Stratégie territoriale des acteurs AOC</b>	Opportunisme, valorisation du produit
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Faible
<b>Acteurs "leaders"</b>	Industriel, professionnels du tourisme
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante privée
<b>Inscription dans des échelles territoriales plus vastes</b>	Aveyron / Sud-Aveyron
<b>Mobilisation de la population locale</b>	Forte
<b>Manifestation locale dédiée au produit</b>	Oui

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.



**Tableau 3 : production de ressources et panier de biens à l'échelle locale à Roquefort**

	<b>Roquefort</b>
<b>Offre de produits – services</b>	Produit AOC, visite des Caves, Pastoralia, réseau de visite de fermes, sites templiers, restaurateurs
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Liens formalisés, produits touristiques élaborés
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	Assez bonne structuration, démarche modeste vis-à-vis de l'activité dans son ensemble
<b>Produits / services leaders</b>	Fromage AOC
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Central
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Très fort
<b>Stratégie de marquage territorial (signalétique...)</b>	Forte
<b>Adéquation avec la réalité productive</b>	Faible

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

**Tableau 4 : trajectoires de développement territorial à l'échelle locale à Roquefort**

	<b>Roquefort</b>
<b>Place de l'AOC dans le projet local</b>	Centrale
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Très fort (principal employeur de la région)
<b>Poids de la vente directe AOC</b>	Moyen
<b>Fréquentation touristique induite par l'AOC</b>	Très fort
<b>Atouts de la trajectoire</b>	Notoriété mondiale du Roquefort, relative solidarité entre les acteurs, développement des infrastructures
<b>Faiblesses de la trajectoire</b>	Logique sectorielle dominante, image monothématique, construction territoriale récente et ambiguë, fragilité économique et démographique du territoire
<b>Projets à venir</b>	Maison du Roquefort, renforcement de la signalétique
<b>Opportunités à saisir</b>	Viaduc de Millau, A75

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

## Annexe 5 : les dynamiques locales de développement dans les Savoies

**Tableau 1 : les dynamiques territoriales locales dans les Savoies**

	<b>Thônes</b>	<b>Beaufort</b>	<b>Abondance</b>	<b>Bauges</b>
<b>Fromage AOC concerné</b>	Reblochon / Chevrotin	Beaufort	Abondance	Tome des Bauges
<b>Accessibilité</b>	Moyenne	Moyenne	Bonne (desserte autoroutière)	Faible (altitude, relatif isolement)
<b>Proximité centres urbains</b>	Moyenne (Annecy)	Moyenne	Forte (Genève)	Faible
<b>Potentiel de consommation local</b>	Très fort	Fort	Fort	Moyen
<b>Fréquentation touristique</b>	Très forte	Très forte	Forte	Forte
<b>Notoriété du produit</b>	Internationale	Nationale	Nationale / Régionale	Régionale
<b>Notoriété du territoire</b>	Régionale / Nationale	Régionale	Régionale	Régionale
<b>Maillage administratif</b>	CCVT, SIMA	Com. de com. Beaufort	SIVA	PNR des Bauges

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

**Tableau 2 : acteurs, coordinations et gouvernance à l'échelle locale dans les Savoies**

	<b>Thônes</b>	<b>Beaufort</b>	<b>Abondance</b>	<b>Bauges</b>
<b>Acteurs AOC impliqués</b>	Producteurs fermiers, affineurs	Coopérative, producteurs de lait	Coopérative d'affinage, producteurs fermiers	Coopérative, producteurs fermiers, syndicat
<b>Connaissance mutuelle des acteurs</b>	Très forte	Très forte	Moyenne	Très forte
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Partenariat / négociation / conflit	Partenariat / négociation	Indifférence	Partenariat
<b>Place de l'action publique</b>	Forte	Forte	Forte	Forte
<b>Place des acteurs AOC</b>	Moyenne	Très forte	Moyenne	Forte
<b>Stratégie territoriale des acteurs AOC</b>	Valorisation du produit et du territoire	Valorisation du produit et du territoire	Valorisation du produit	Valorisation du produit et du territoire
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Très forte (stations)	Forte (stations)	Forte (stations)	Forte (stations)
<b>Acteurs "leaders"</b>	Professionnels du tourisme, UPRF, élus	Coopérative, professionnels du tourisme, élus	Elus, professionnels du tourisme	PNR, professionnels du tourisme, syndicat
<b>Forme de gouvernance</b>	Mixte	Mixte	Mixte	Mixte
<b>Inscription échelles territoriales plus vastes</b>	Aravis, Savoies	Beaufortain, Savoies	Vallée d'Abondance, Chablais	Massif des Bauges
<b>Mobilisation de la population locale</b>	Moyenne (marché)	Très forte	Moyenne	Forte
<b>Manifestation locale dédiée au produit</b>	Oui	Non (fêtes sur d'autres communes)	Oui	Oui

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

**Tableau 3 : production de ressources et panier de biens à l'échelle locale dans les Savoies**

	<b>Thônes</b>	<b>Beaufort</b>	<b>Abondance</b>	<b>Bauges</b>
<b>Offre de produits – services</b>	Produit AOC, stations, producteurs fermiers, visite de cave d'affinage, randonnées, ferme "Milk et Bouse"	Produit AOC, visite de coopérative, stations, Route des Grandes Alpes, SRDG, réseau de visites d'exploitations, Maison du Beaufortain	Produit AOC, Maison du Val d'Abondance, cave d'affinage, stations, patrimoine religieux	Produit AOC, Coopérative du Val d'Aillon, visite de fromagerie, stations, fruits, plantes aromatiques, exploitations agricoles, randonnées, autres fromages
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Moyenne	Liens formalisés, produits touristiques élaborés	Faible	Liens formalisés, produits touristiques élaborés
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	En cours de structuration	En cours de structuration	Faible	Assez bonne structuration
<b>Produits / services leaders</b>	Ski, fromage AOC	Fromage AOC, ski	Ski	Fromage AOC, ski
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Associé au ski	Central, associé au ski	Associé	Central, associé au ski
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Très fort	Très fort	Faible	Très fort
<b>Stratégie de marquage territorial (signalétique...)</b>	Très forte	Moyenne	Moyenne	Très forte (PNR)
<b>Adéquation avec la réalité productive</b>	Très forte (producteurs fermiers, affineur)	Très forte (coopérative, producteurs de lait)	Moyenne (cave d'affinage, producteur fermier)	Très forte (coopératives, producteurs fermiers)

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

**Tableau 4 : trajectoires de développement territorial à l'échelle locale dans les Savoies**

	<b>Thônes</b>	<b>Beaufort</b>	<b>Abondance</b>	<b>Bauges</b>
<b>Place de l'AOC dans le projet local</b>	Associée	Centrale	Périphérique	Centrale / associée
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Moyenne (plusieurs centaines d'emplois)	Très forte (coopérative principal employeur de la commune, exploitations)	Faible (quelques emplois)	Forte (plusieurs dizaines d'emplois)
<b>Poids de la vente directe AOC</b>	Très fort	Très fort	Moyen	Fort
<b>Fréquentation touristique induite par l'AOC</b>	Forte	Très forte (50 000 personnes à la coopérative, 7 000 lors du SRDG du goût à Beaufort)	Moyenne (12 000 personnes)	Très forte (10 à 12 000 personnes pour la coopérative, 10 000 personnes pour la fête)
<b>Atouts de la trajectoire</b>	Forte proximité entre les lieux de fréquentation touristique et les lieux de production agricole (image), forte notoriété du produit AOC, légitimité du statut "berceau du Reblochon fermier", stations village en adéquation avec le produit AOC	Double activité, fréquentation touristique, présence d'un pôle touristique important (Coopérative du Beaufortain), adéquation entre l'image de la station et le produit AOC	Présence du Pays d'Art et d'Histoire, forte fréquentation touristique, fort attachement à l'élevage (race Abondance), légitimité du "berceau d'origine de l'Abondance"	Présence du PNR du Massif des Bauges comme acteur fédérateur et générateur de compétences, forte proximité AOC-PNR, image de la station conforme au caractère traditionnel du produit AOC, forte identité locale
<b>Faiblesses de la trajectoire</b>	Rivalités entre municipalités pour l'appropriation du produit AOC (Thônes / Le Grand Bornand), offre touristique insuffisante de la part de l'agriculture, développement touristique nuisible à l'agriculture, perception ambiguë du produit AOC par les résidents ("fromage de touriste"), pression foncière	Pression foncière, capacité d'accueil limitée (hébergement et restauration), démarche touristique jugée obsolète, rivalité entre Arêches et Beaufort	Fermeture territoriale des professionnels AOC (identité, sentiment de dépossession), faibles liens avec le tourisme, pression foncière, stations en crise, manque de soutien des élus, offre locale de produits inexistante, rivalités entre élus	Fragilité économique des coopératives et des stations, accessibilité, pression foncière, offre d'hébergement limitée
<b>Projets à venir</b>	Relance de la dynamique touristique à Thônes (développement de l'OT), Maison du Reblochon dédiée au tourisme	-	Développement du tourisme en liaison avec le Pays d'Art et d'Histoire	Rachat d'un chalet par les producteurs pour vente de produit AOC durant l'hiver, Maison du Tourisme et du Terroir
<b>Opportunités à saisir</b>	Volonté des stations de diversifier l'offre touristique	-	Remobilisation des élus	-

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

## Annexe 6 : les dynamiques locales de développement dans les stations de ski savoyardes

**Tableau 1 : les dynamiques territoriales locales dans les stations de ski savoyardes**

	<b>La Plagne</b>	<b>Val Cenis</b>
<b>Fromage AOC concerné</b>	Beaufort	Beaufort
<b>Accessibilité</b>	Moyenne	Moyenne
<b>Proximité centres urbains</b>	Moyenne	Faible
<b>Potentiel de consommation local</b>	Très fort	Très fort
<b>Fréquentation touristique</b>	Très forte	Très forte
<b>Notoriété du produit</b>	Nationale	Nationale
<b>Notoriété du territoire</b>	Internationale	Régionale
<b>Maillage administratif</b>	Station de La Plagne	Syndicat Intercommunal de Val Cenis

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

**Tableau 2 : acteurs, coordinations et gouvernance à l'échelle locale  
dans les stations de ski savoyardes**

	<b>La Plagne</b>	<b>Val Cenis</b>
<b>Acteurs AOC impliqués</b>	Producteurs de lait, coopérative d'affinage, groupement pastoral	Producteurs de lait, alpagistes, coopérative
<b>Connaissance mutuelle des acteurs</b>	Forte	Forte
<b>Nature des relations acteurs AOC / autres acteurs</b>	Négociation / coopération / conflit	Négociation / conflits / partenariat
<b>Place de l'action publique</b>	Moyenne	Forte
<b>Place des acteurs AOC</b>	Faible	Moyenne
<b>Stratégie territoriale des acteurs AOC</b>	Valorisation du produit	Valorisation du produit
<b>Place des autres acteurs privés</b>	Très forte (stations)	Très forte (stations)
<b>Acteurs "leaders"</b>	Professionnels du tourisme	Professionnels du tourisme
<b>Forme de gouvernance</b>	A dominante privée	Mixte
<b>Inscription dans des échelles territoriales plus vastes</b>	Tarentaise, Savoies	Maurienne, Vanoise, Savoies
<b>Mobilisation de la population locale</b>	Moyenne	Forte (nombreuses fêtes)
<b>Manifestation locale dédiée au produit</b>	Oui	Oui

Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.

**Tableau 3 : production de ressources et panier de biens à l'échelle locale  
dans les stations de ski savoyardes**

	<b>La Plagne</b>	<b>Val Cenis</b>
<b>Offre de produits – services</b>	Produit AOC, alpagistes, stations, randonnées	Produit AOC, alpagistes, stations, visite de coopérative, Parc National de la Vanoise
<b>Structuration de l'offre (panier de biens)</b>	Moyenne	Moyenne
<b>Degré d'achèvement du panier</b>	Faible	En cours de structuration
<b>Produits / services leaders</b>	Ski	Ski
<b>Positionnement du produit AOC</b>	Périphérique	Associé
<b>Degré de spécification territoriale</b>	Moyen	Fort
<b>Stratégie de marquage territorial (signalétique...)</b>	Faible	Moyenne
<b>Adéquation avec la réalité productive</b>	Forte (groupement pastoral)	Forte (coopérative, producteurs de lait)

**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

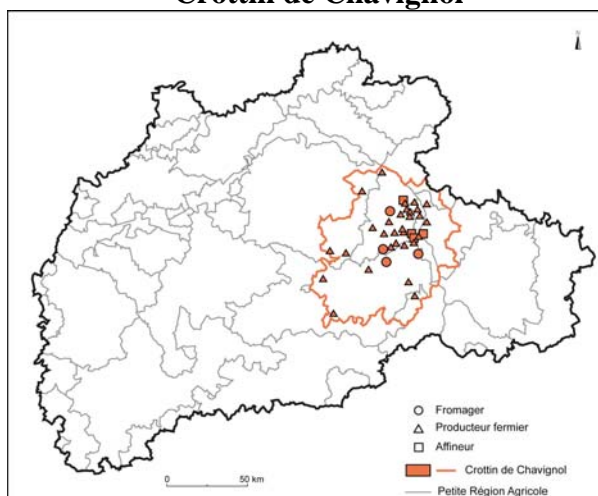
**Tableau 4 : trajectoires de développement territorial à l'échelle locale  
dans les stations de ski savoyardes**

	<b>La Plagne</b>	<b>Val Cenis</b>
<b>Place de l'AOC dans le projet local</b>	Marginale	Associée
<b>Poids économique local de l'AOC</b>	Très faible (quelques emplois)	Faible (quelques emplois)
<b>Poids de la vente directe AOC</b>	Faible	Moyen
<b>Fréquentation touristique induite par l'AOC</b>	Moyenne (2 000 personnes sur une journée)	Moyenne (2 500 personnes pour la coopérative et les alpages)
<b>Atouts de la trajectoire</b>	Très forte fréquentation touristique, dynamisme des professionnels AOC, double activité	Forte identité locale, image de la station conforme au caractère traditionnel du produit AOC, double activité importante, relations conflictuelles avec les élus, fréquentation touristique
<b>Faiblesses de la trajectoire</b>	Logique touristique omniprésente, aménagements nuisibles à l'agriculture, conflits récurrents décalage entre l'image de la station et le caractère traditionnel du produit,	Pression foncière, aménagements touristiques nuisibles à l'activité agricole, faible disponibilité des agriculteurs
<b>Projets à venir</b>	Signalétique	Ferme pédagogique dédiée au produit AOC, produit touristique intégrant le ski, la randonnée, la restauration et le produit AOC
<b>Opportunités à saisir</b>	Volonté de la station de diversifier l'offre touristique	Volonté de la station de diversifier l'offre touristique

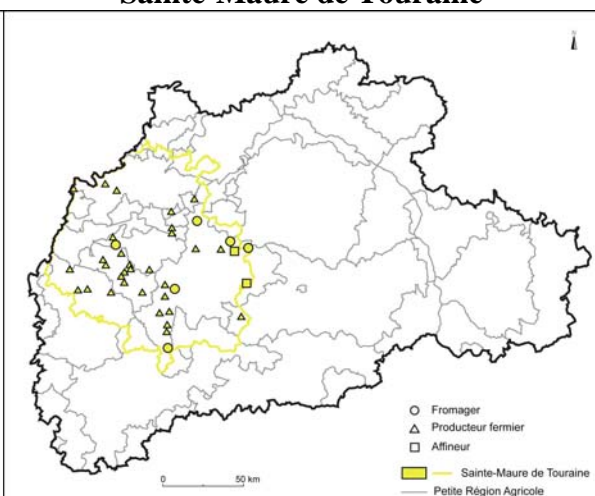
**Source : enquêtes personnelles, 2003-2004.**

## Annexe 7 : les transformateurs du pôle AOC "Centre" en 2004 – cartes individuelles

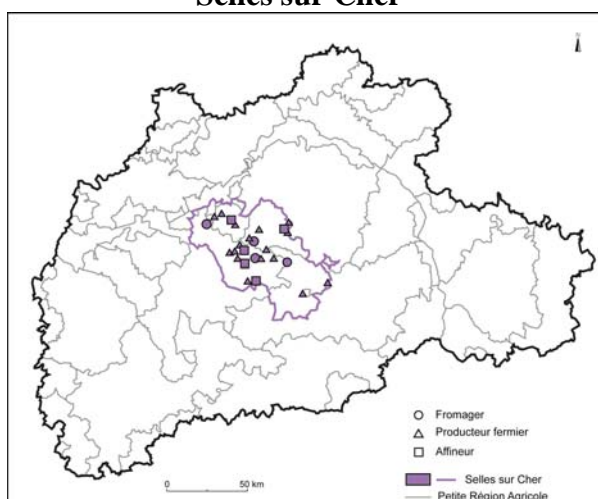
**Crottin de Chavignol**



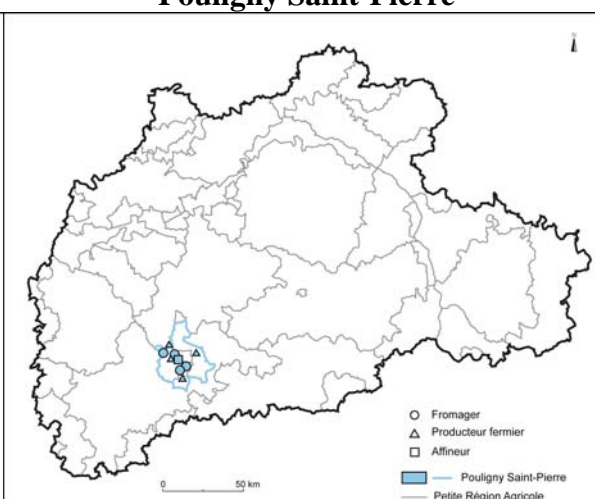
**Sainte-Maure de Touraine**



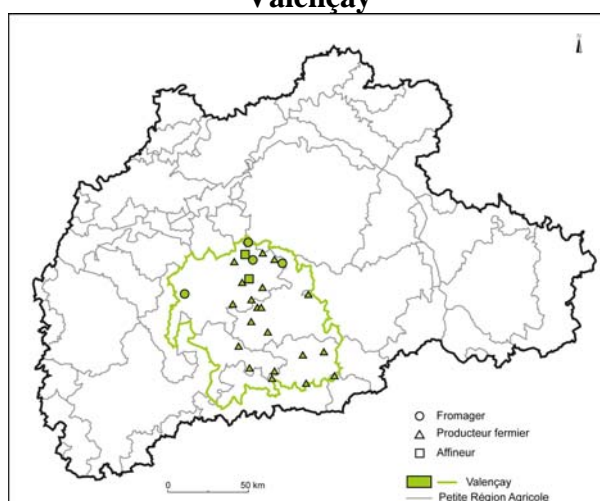
**Selles sur Cher**



**Pouigny Saint-Pierre**



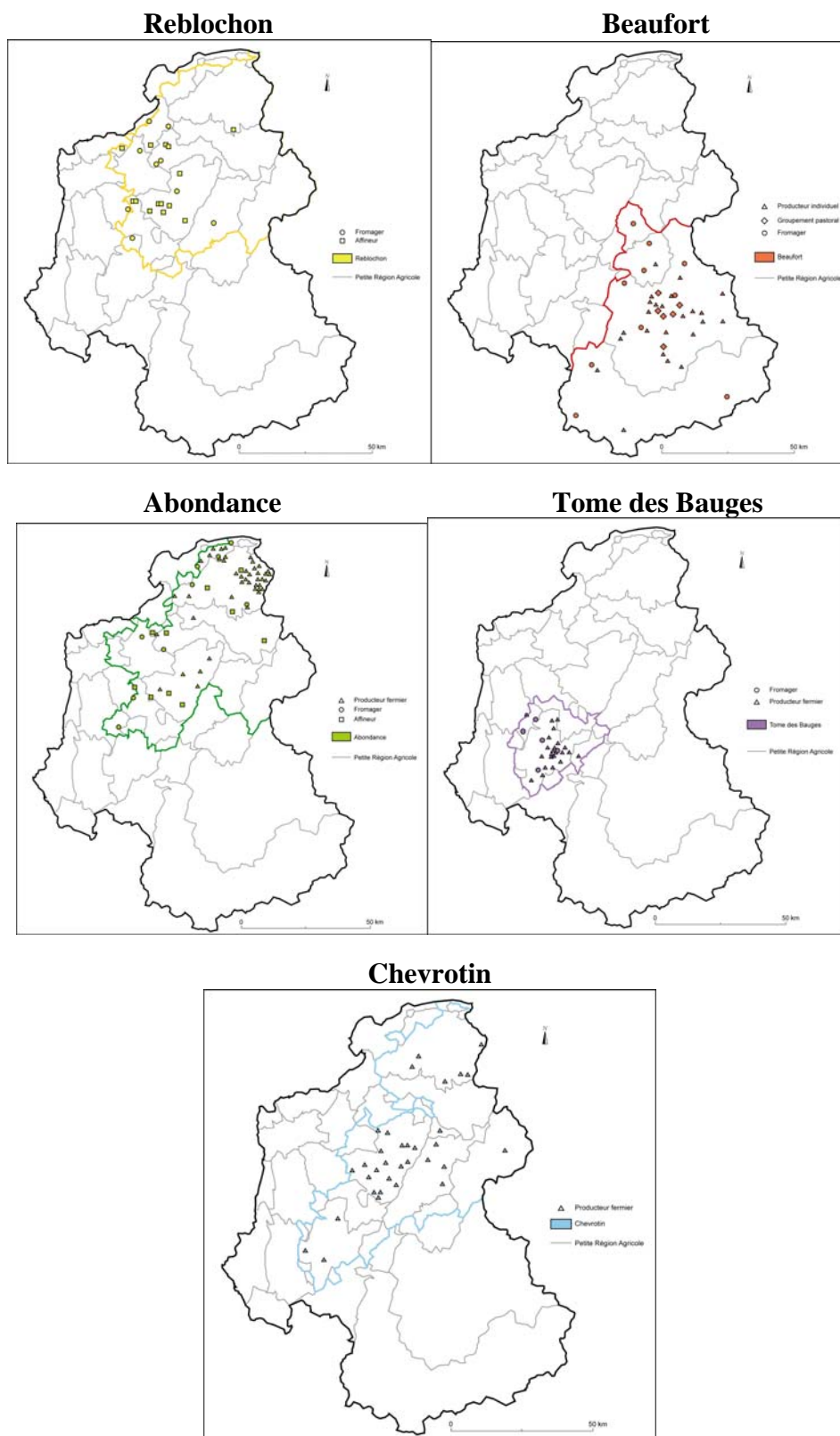
**Valençay**



Source : syndicats AOC (2005), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.



## Annexe 8 : les transformateurs AOC du pôle "Savoies" en 2004 – cartes individuelles



Source : syndicats AOC (2005), conception : J. Frayssignes, réalisation : Atelier Cartographie UTM, 2005.

## Annexe 9 : guide Internet des AOC fromagères

Outil désormais indispensable, Internet propose un très grand nombre de pages consacrées aux AOC fromagères. L'inventaire proposé ici recense l'ensemble des sites visités au cours de cette recherche. Même s'il est loin d'être exhaustif, il peut se révéler utile pour toute personne intéressée par cette thématique.

Adresse du site	Commentaire
<b>Sites officiels de syndicats d'AOC fromagères</b>	
<a href="http://www.fromageabondance.fr">www.fromageabondance.fr</a>	Site officiel du Syndicat Interprofessionnel du Fromage d'Abondance
<a href="http://www.fromage-beaufort.com">www.fromage-beaufort.com</a>	Site officiel du Syndicat de Défense du Beaufort
<a href="http://www.camembert-aoc.org">www.camembert-aoc.org</a>	Site officiel du Syndicat Interprofessionnel du Camembert de Normandie
<a href="http://www.crottindechavignol.com">www.crottindechavignol.com</a>	Site officiel du syndicat du Crottin de Chavignol
<a href="http://www.livarot-aoc.org">www.livarot-aoc.org</a>	Site officiel du Syndicat Interprofessionnel du Livarot
<a href="http://www.pont-leveque-aoc.org/fr">www.pont-leveque-aoc.org/fr</a>	Site officiel du Syndicat Interprofessionnel du Pont-l'Evêque
<a href="http://www.reblochon.fr">www.reblochon.fr</a>	Site officiel du Syndicat Interprofessionnel du Reblochon (SIR)
<a href="http://www.reblochonfermier.com">www.reblochonfermier.com</a>	Site officiel de l'Union des Producteurs de Reblochon Fermier (UPRF)
<a href="http://www. Roquefort.fr">www. Roquefort.fr</a>	Site officiel de la Confédération de Roquefort, en lien avec l'Office de Tourisme
<a href="http://www.aoc-cantal.com">www.aoc-cantal.com</a>	Site officiel des syndicats Cantal et Salers
<a href="http://www.comte.com">www.comte.com</a>	Site officiel du Comité Interprofessionnel de Gruyère de Comté
<a href="http://www.fromage-aoc-st-nectaire.fr">www.fromage-aoc-st-nectaire.fr</a>	Site officiel du syndicat du Saint-Nectaire
<a href="http://www.fromage-morbier.com">www.fromage-morbier.com</a>	Site officiel du syndicat du Morbier
<a href="http://www.fourme-ambert.com">www.fourme-ambert.com</a>	Site officiel des syndicats des fourmes d'Ambert et de Montbrison
<a href="http://www.neufchatel-aoc.org">www.neufchatel-aoc.org</a>	Site officiel du syndicat du Neuchâtel
<a href="http://www.aoc-rocamadour.com">www.aoc-rocamadour.com</a>	Site officiel du syndicat de défense des producteurs de Rocamadour
<a href="http://www.picodon-aoc.fr">www.picodon-aoc.fr</a>	Site officiel du syndicat du Picodon
<a href="http://www.fromage-epoisses.com">www.fromage-epoisses.com</a>	Site officiel du syndicat de l'Epoisse
<b>Recherches menées sur les AOC / dimension internationale</b>	
<a href="http://www.alpes-du-nord.com/gis">www.alpes-du-nord.com/gis</a>	Site du Groupement d'Intérêt Scientifique Alpes du Nord, recherches sur la qualité et la typicité des fromages savoyards
<a href="http://www.pole-fromager-aoc-mc.org">www.pole-fromager-aoc-mc.org</a>	Site du Pôle Fromager Massif Central, recherches sur la qualité et la typicité des fromages du Massif Central (élargi)
<a href="http://www.origin-food.org">www.origin-food.org</a>	Site du réseau européen "Dolphins" (Development of Origin Labelled Products, Humanity, Innovations and Sustainability), regroupant des chercheurs spécialistes des produits liés à une origine
<a href="http://www.origin-gi.com">www.origin-gi.com</a>	Site d'OrigIn, réseau mondial de professionnels engagés dans la défense des indications géographiques

<b>Promotion, tourisme</b>	
<a href="http://www.sitesremarquablesdugout.com">www.sitesremarquablesdugout.com</a>	Site de l'association des Sites Remarquables du Goût, dont le but est de labelliser des sites spécifiques fondés sur un produit, un patrimoine et une activité touristique, et d'en assurer la promotion
<a href="http://www.ifrance.com/fetebleu">www.ifrance.com/fetebleu</a>	Site officiel de la fête consacrée au Bleu d'Auvergne
<a href="http://www.fromages-aoc-auvergne.com">www.fromages-aoc-auvergne.com</a>	Site officiel de la Route des Fromages AOC d'Auvergne
<a href="http://www.agroalim.com">www.agroalim.com</a>	Site de l'Agence pour le Développement Agroalimentaire, relevant de la Communes de Grimont (Jura) et réalisant la promotion du pôle de compétences agroalimentaires lié à la fabrication du Comté AOC
<a href="http://www.fromages.com">www.fromages.com</a>	Site dédié aux fromages, de nombreuses informations de nature gastronomique, la possibilité de commander des produits
<a href="http://www.amateur-fromage.com">www.amateur-fromage.com</a>	Site officiel de la revue "l'Amateur de fromages", principalement consacré à la cuisine (recettes)
<a href="http://www.francefromage.com">www.francefromage.com</a>	Site consacré à l'histoire des fromages depuis le néolithique à nos jours.
<a href="http://www.letyrosemiophile.com">www.letyrosemiophile.com</a>	Site présentant un très grand nombre d'étiquettes de fromages de toutes les époques et de toutes les régions françaises
<b>Données statistiques et économiques</b>	
<a href="http://www.agreste.agriculture.gouv.fr">www.agreste.agriculture.gouv.fr</a>	Site officiel du Recensement Général Agricole, nombreuses informations par région, par département, par secteur d'activité...
<a href="http://www.editionscomindus.fr">www.editionscomindus.fr</a>	Annuaire des principaux secteurs agroalimentaires français, dont les produits laitiers. Liste des entreprises par type de produits, par filière (dont les AOC), et à l'échelle territoriale souhaitée (France, département...)
<a href="http://www.fromag.com">www.fromag.com</a>	Site consacré aux fromages, de nombreuses informations. Annuaire des entreprises par filière (dont les AOC)
<a href="http://www.data lait.com">www.data lait.com</a>	Site officiel du Centre Interprofessionnel de Documentation et d'Informations Laitières, des données nutritionnelles et économiques (consommation) sur les produits laitiers
<a href="http://www.societe.com">www.societe.com</a>	Site d'informations gratuites sur les entreprises françaises (organigrammes, données économiques)
<a href="http://www.inao.gouv.fr">www.inao.gouv.fr</a>	Site officiel de l'Institut National des Appellations d'Origine, données économiques, décrets, cartes des aires d'appellation, actualités...
<a href="http://www.insee.fr">www.insee.fr</a>	Site officiel de l'INSEE
<a href="http://www.sirene.tm.fr">www.sirene.tm.fr</a>	Site relevant de l'INSEE, base de donnée des entreprises et établissements
<b>Sites professionnels</b>	
<a href="http://www.congrilait2002.com">www.congrilait2002.com</a>	Site consacré au congrès mondial de la laiterie ayant eu lieu à Paris en 2002
<a href="http://www.anfopeil-enil.com">www.anfopeil-enil.com</a>	Site du réseau français des Ecoles Nationales d'Industries Laitières (ENIL)
<a href="http://www.lineaires.com">www.lineaires.com</a>	Site officiel de la revue Linéaires, consacrée à la grande distribution
<a href="http://www.maison-du-lait.com">www.maison-du-lait.com</a>	Site officiel du Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL) et des organismes rattachés. Nombreuses informations
<a href="http://www.onilait.fr">www.onilait.fr</a>	Site officiel de l'Office National Interprofessionnel du Lait
<a href="http://www.laitel.com">www.laitel.com</a>	Site d'informations statistiques réservé aux membres de l'interprofession laitière (mot de passe nécessaire), données de production et de consommation
<a href="http://www.fromagesdechèvre.com">www.fromagesdechèvre.com</a>	Site consacré aux fromages de chèvres, géré par l'Association Nationale Interprofessionnelle Caprine (ANICAP)

## Annexe 10 : évolution des tonnages des AOC fromagères françaises (1991-2004)

LAIT DE VACHE	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Abondance	348	441	562	630	-	750	777	873	948	1 123	1 300	1 199	1 211	1 509
Beaufort	2 957	2 971	3 190	3 467	3 638	3 560	3 690	3 870	4 132	4 063	4 250	4 240	4 376	4 410
Bleu d'Auvergne	8 295	7 992	8 102	8 154	7 977	8 070	8 181	8 047	7 679	7 782	7 563	6 869	6 434	6 541
Bleu de Gex	536	516	487	494	492	518	495	498	490	525	534	544	539	516
Bleu des Causses	1 809	1 781	1 663	1 699	1 573	1 371	1 261	1 160	1 153	1 167	1 112	1 059	983	866
Bleu du Vercors Sassenage								39	92	106	131	146	158	169
Brie de Meaux	7 647	8 092	8 228	7 981	7 337	7 107	7 223	7 683	7 504	7 488	7 650	7 218	6 774	6 965
Brie de Melun	278	280	282	234	282	303	300	284	254	217	205	203	231	219
Camembert de Normandie	10 150	10 356	11 322	11 342	10 882	10 794	11 288	13 280	12 696	13 198	12 813	13 079	125 41	12 747
Cantal	16 146	16 726	16 083	16 505	16 481	16 819	17 385	17 241	18 257	19 245	18 182	17 996	17 974	18 828
Chaource	1 474	1 565	1 672	1 702	1 649	1 709	1 800	1 911	1 659	1 818	1 795	1 858	1 995	2 194
Comté	31 545	33 286	35 106	38 760	39 837	38 454	38 500	40 162	41 629	44 356	43 614	46 640	44 717	43 555
Epoisses		346	392	447	490	642	658	703	573	611	669	723	796	877
Fourme d'Ambert											6 387	6 167	6 250	6 068
Fourme d'Ambert et de Montbrison	4 708	4 945	5 046	5 589	5 931	6 548	6 594	6 985	7 056	6 394				
Fourme de Montbrison											563	497	504	512
Laguiole	590	598	664	671	740	733	765	666	632	645	700	761	770	781
Langres	-	285	296	287	290	310	305	305	308	304	316	320	335	363
Livarot	1 283	1 321	1 341	1 282	1 281	1 254	1 135	1 101	1 116	1 066	1 267	1 310	1 269	1 343
Maroilles	2 257	2 102	2 088	2 066	2 212	2 232	2 207	2 018	1 984	2 141	2 297	2 329	2 346	2 538
Mont-d'Or	950	1 147	1 427	1 686	2 421	2 799	3 187	3 388	3 291	3 286	3 477	3 700	3 764	3 724
Morbier											4 256	4 989	5 519	6 458
Munster	8 825	9 171	9 045	8 716	8 790	9 272	9 150	8 983	8 589	8 117	8 157	7 800	7 239	7 625
Neufchâtel	627	629	643	719	730	751	836	887	914	1 000	980	999	1 014	1 114
Pont-l'Evêque	3 727	3 680	3 706	3 763	3 636	3 501	3 421	3 612	3 512	3 537	3 446	3 376	3 195	3 231
Reblochon	11 398	12 350	12 852	14 237	14 973	15 154	16 488	17 416	16 940	17 058	17 187	17 404	16 987	16 637
Saint-Nectaire	11 195	10 895	10 241	12 126	12 536	12 473	12 444	13 873	13 069	13 512	13 152	12 462	12 715	13 369
Salers	720	800	869	863	930	966	1 085	1 112	1 215	1 195	1 393	1 497	1 335	1 393
Tome des Bauges												450	550	594
<b>TOTAL LAIT DE VACHE</b>	<b>127 465</b>	<b>132 275</b>	<b>135 307</b>	<b>143 420</b>	<b>145 108</b>	<b>146 090</b>	<b>149 175</b>	<b>156 097</b>	<b>155 692</b>	<b>159 954</b>	<b>163 396</b>	<b>165 835</b>	<b>162 521</b>	<b>165 146</b>

Source : INAO, réalisation : J. Frayssignes, 2005.

LAIT DE BREBIS	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Brocciu								491	425	466	474	436	486	494
Ossau-Iraty	2 446	1 408	1 636	1 823	2 000	2 100	2 190	1 966	2 814	2 601	2 783	2 953	3 067	3 352
Roquefort	19 869	19 493	19 048	18 179	19 363	17 738	17 885	17 716	17 581	18 135	18 979	18 430	18 510	18 831
<b>TOTAL LAIT DE BREBIS</b>	<b>22 315</b>	<b>20 901</b>	<b>20 684</b>	<b>20 002</b>	<b>21 363</b>	<b>19 838</b>	<b>20 075</b>	<b>20 173</b>	<b>20 820</b>	<b>21 202</b>	<b>22 236</b>	<b>21 819</b>	<b>22 063</b>	<b>22 677</b>

Source : INAO, réalisation : J. Frayssignes, 2005.

LAIT DE CHEVRE	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Banon														56
Chabichou du Poitou	38	83	141	195	219	264	338	397	475	472	546	534	555	553
Chevrotin												84	76	91
Crottin de Chavignol	1 695	1 678	1 687	1 737	1 672	1 634	1 546	1 531	1 519	1 589	1 526	1 635	1 160	1 138
Pélardon										3	178	194	207	213
Picodon	197	246	291	327	321	341	377	400	357	400	434	443	500	577
Poulligny Saint-Pierre	215	223	239	250	279	312	315	341	346	410	440	460	471	296
Rocamadour					630	440	480	546	598	600	640	700	808	984
Sainte-Maure de Touraine	270	369	476	599	666	695	766	889	970	1 070	1 150	1 220	1 065	1 103
Selles sur Cher	216	248	297	344	382	404	488	531	570	644	695	762	788	747
Valençay								147	181	202	235	272	326	348
<b>TOTAL LAIT DE CHEVRE</b>	<b>2 631</b>	<b>2 847</b>	<b>3 131</b>	<b>3 452</b>	<b>4 169</b>	<b>4 090</b>	<b>4 310</b>	<b>4 782</b>	<b>5 016</b>	<b>5 390</b>	<b>5 844</b>	<b>6 304</b>	<b>5 956</b>	<b>6 106</b>

Source : INAO, réalisation : J. Frayssignes, 2005.

TOUS LAITS	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>TOTAL AOC</b>	<b>152 411</b>	<b>156 023</b>	<b>159 122</b>	<b>166 874</b>	<b>170 640</b>	<b>170 018</b>	<b>173 560</b>	<b>181 052</b>	<b>181 528</b>	<b>186 546</b>	<b>191 476</b>	<b>193 958</b>	<b>190 540</b>	<b>193 929</b>

Source : INAO, réalisation : J. Frayssignes, 2005.

## **Les AOC dans le développement territorial, une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères**

L'objet de la thèse est d'analyser la manière dont les AOC s'inscrivent dans les dynamiques de développement des territoires où elles sont inscrites. Cette question s'avère cruciale dans la mesure où le fonctionnement des filières d'appellation est questionné, au niveau de la PAC, qui ne prend pas en compte leurs spécificités, comme au niveau de l'OMC, où ces produits sont considérés comme des entraves à la libre concurrence. Dans ce contexte de besoin de reconnaissance, la contribution des AOC au développement apparaît comme un moyen de légitimation. La recherche s'appuie sur la construction d'une grille de lecture prenant en considération l'ensemble des dimensions du territoire (économiques, politiques, identitaires) et les interrelations complexes entre filière et territoire. Le concept d'ancrage territorial s'inscrit donc dans le champ de recherche des liens entre activités économiques et dynamiques territoriales, champ faisant l'objet d'importants bouleversements (post-fordisme, questions de la qualité). Construit à partir de travaux géographiques fondés sur les notions de terroir, de bassin de production et de territoire, ce concept s'est enrichi au travers d'apports économiques (proximité) et sociologiques (encastrement). Il permet ainsi de réinterroger les différentes approches du développement territorial (coordination, ressource).

Appliqué à un objet spécifique, les AOC fromagères, ce dispositif se fonde sur une démarche qualitative. Le choix des terrains d'étude ne s'appuie pas seulement sur les filières d'appellation, mais prend aussi en compte le caractère entremêlé de plusieurs filières dans une région, et les coopérations entre syndicats. C'est donc à travers la notion de "pôle AOC" que sont sélectionnés quatre ensembles : Basse-Normandie, Centre, Savoies et Sud-Aveyron, permettant d'envisager des situations diverses.

L'analyse de la question de recherche se réalise à travers deux éclairages du développement. Dans le premier, sont mis en évidence les apports des AOC en termes productifs. L'évaluation du poids économique des filières d'appellation fait état d'une importance modeste, mais qui doit être appréhendée à travers l'histoire juridique des produits, et la capacité des acteurs à protéger intégralement leur dénomination. La contribution des AOC s'envisage ensuite à travers plusieurs effets bénéfiques potentiels (prix du lait, attractivité des bassins, perception du métier d'éleveur, capacité commerciale...). Enfin, à travers une approche monographique puis comparative, l'observation du processus de construction de ressources spécifiques liées à l'activité productive (compétences, formation, recherche...) permet de faire apparaître des indicateurs de réussite. Dans le deuxième éclairage, le développement est envisagé comme un processus de coordination entre acteurs issus d'horizons divers, visant à qualifier le territoire. A partir d'une hypothèse sur la non-pertinence de l'aire AOC comme unique cadre spatial, les résultats s'articulent autour de deux échelles. A l'échelle régionale, les AOC sont inscrites dans des contextes plus ou moins propices à la coopération entre secteurs, et de ce fait dans des trajectoires de développement plus ou moins abouties. La démarche comparative permet ainsi d'identifier des indicateurs de développement. A l'échelle locale, les coordinations observées engendrent des paniers de biens aux formes variées, envisagés à travers la réalisation d'une typologie. Dans les deux cas, la propension des AOC à générer des ressources spécifiques et à contribuer à différencier les territoires est avérée, faisant apparaître les liens entre ces deux éclairages, qui semblent relever d'une dynamique globale.

L'approche en termes d'ancrage contribue à faire avancer le débat scientifique, à travers la notion de pôle AOC, mais aussi par une analyse du développement à partir des acteurs privés, complémentaire aux travaux relatifs aux politiques publiques. En termes opérationnels, cette grille met l'accent sur le nécessaire dialogue entre professionnels, et sur les intérêts potentiellement convergents des démarches de valorisation. Le développement pose donc également la question de la pérennité des filières. Enfin, l'ancrage permet une clarification des débats relatifs à la révision des cahiers des charges, en faisant apparaître l'équilibre à trouver entre typicité, développement agricole et marché.

**Mots clés :** développement territorial, ancrage territorial, filière, AOC, territoire, fromage, pôle AOC, ressource spécifique, système productif localisé, panier de biens, gouvernance.